

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



26
2016
Часть IV

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 26 (130) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хуснидин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*

Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*

Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*

Ахмеденов Кажмурат Максutowич, *кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)*

Бидова Бэла Бертовна, *доктор юридических наук, доцент (Россия)*

Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*

Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*

Демидов Алексей Александрович, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)*

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, *доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)*

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, *доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)*

Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

Кайгородов Иван Борисович, *кандидат физико-математических наук (Бразилия)*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

Колпак Евгений Петрович, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Курпаяниди Константин Иванович, *доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)*

Куташов Вячеслав Анатольевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*

Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, *доктор философских наук, профессор (Россия)*

Ребезов Максим Борисович, *доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)*

Сорока Юлия Георгиевна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Узаков Гулом Норбоевич, *доктор технических наук, доцент (Узбекистан)*

Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майер Ольга Вячеславовна

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 21.12.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

На обложке изображен *Алан Сокал (Alan David Sokal, 1955)*, американский физик и математик, исследователь статистической физики и комбинаторики.

В 1975 году Алан вместе со своим отцом, радиоинженером Натаном Сокалом, опубликовал первую совместную работу, в которой было введено понятие нового класса усилителей сверхчастотного диапазона — «класс E», которое до сих пор остается общепринятым в своей области. На эту работу и по сей день ссылаются многие исследователи данного направления физики. Но по-настоящему прославился Алан Сокал критикой современного философского постмодернизма и не лишённой остроумия «Мистификацией», или «Аферой Сокала»: в 1994 году он опубликовал в американском журнале *Social Text* статью «Преступая границы: к вопросу о трансформативной герменевтике квантовой гравитации».

Статья являлась пародией на некоторые работы постмодернистских философов и была щедро приправлена гром-

кими и звучными терминами, лишёнными физического смысла, однако была подана в такой убедительной форме, что ее напечатали. Позже Сокал признался в своем розыгрыше на страницах французского журнала *Lingua Franca*: «Мы показываем, что такие известные интеллектуалы, как Лакан, Кристева, Иригарэй, Бодрийар и Делез, неоднократно злоупотребляли научными концепциями и терминологией: или используя научные идеи полностью вне контекста, никак не обосновывая... или же кичась научным жаргоном перед своими читателями, которые не являются учеными, не обращая никакого внимания на его адекватность и даже значение», — признался он в комментарии к книге «Интеллектуальные уловки», которую выпустил в продолжение темы в 1997 году совместно с Жаном Брикмоном, и в которой наглядно продемонстрировал, что многие философские междисциплинарные исследователи, приверженцы постмодернизма, весьма далеко отошли от научной истины.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Кондратюк К. В.

Инвестиции Китая на Дальний Восток России: проблемы привлечения и основные направления 321

Контарева А. С.

Некоторые особенности межкультурных коммуникаций и их роль в международном менеджменте 324

Косикова Ю. А., Пирогова Н. А.

Корпоративная социальная ответственность — традиции компании «Нестле Россия» 326

Косикова Ю. А., Халдыгероева Р. Н.

Изучение установок и мотивации в категории готовой мясной продукции 328

Крюков П. А., Крюкова В. В.

Подходы к определению международного валютного рынка 331

Куприянова Н. А., Копылова Т. В.

Эффективность управления персоналом как необходимое условие повышения конкурентоспособности организации 334

Лебедева А. В.

Современное состояние технологических парков: мировой опыт и российские проблемы 337

Логвинова Е. С., Плахов А. В.

Режимы налогообложения малого бизнеса 340

Макушева О. Н., Ярилина Е. Е.

Классификация предприятий общественного питания 342

Маленко О. И.

Повышение эффективности работы предприятия в период сезонного спада спроса на гостиничные услуги 345

Мамедов Д. Ю.

Бизнес-кластер и его особенности 348

Маслов С. В., Пилюс Е. В.

Экономическая модель функционирования оптово-распределительных центров сельскохозяйственной продукции на основе государственно-частного партнерства 350

Матвеева П. П., Яковлева Ю. С.

Проблема оценки стоимости компаний при выходе на IPO 358

Минакова Е. С., Плахов А. В.

Роль НДФЛ в формировании бюджетных доходов 362

Мишина Е. С., Рой Н. А.

Проблемы деятельности территориального общественного самоуправления 363

Мокроносова А. Д.

Статистический анализ уровня безработицы в Российской Федерации 365

Нахабина Я. А.

Проблемы управления человеческими ресурсами в коммерческих банках 367

Османова Е. В.

Проблемы методов мотивации в таможенных органах 369

Османова Е. В.

Пути совершенствования мотивации трудовой деятельности в таможенных органах 371

Романова Е. Г., Кудинов С. С.

Научные подходы к определению прибыли организации 373

Сагимбаева Э. С.

Развитие кадрового потенциала через коучинг 376

Sidorenko A. O., Marchak A. O. Problems and prospects of economic development in Russia 379	Хабибуллина С. Р., Гумерова Э. Т., Иштуганова Г. З. Проблема инфляции в Российской Федерации: причины и последствия..... 397
Скаринский К. О., Пономарева В. И. Формирование инвестиционной стратегии инновационного развития строительных предприятий 381	Хомякова С. И., Плахов А. В. Налоговое управление как система взаимодействия бизнеса и власти 400
Смутин А. А. Повышение эффективности современной контрактной системы в сфере закупок инновационной продукции и НИОКР..... 383	Хужахметова З. В. Оптимизация налоговых издержек и налоговой нагрузки на предприятие 402
Тараканов С. И. Стратегия и тактика выхода компании на внешние рынки..... 388	Целин В. Е., Кузнецова М. А., Юдина С. В. Мотивация персонала в условиях кризиса 405
Тенеков А. Ю., Тенеков С. И., Соколкова О. И., Вакулов Б. Г., Польшьянов В. В., Кочетов В. Л., Денисова Т. В., Манило И. И. Эколого-экономическая оценка широкого внедрения на государственном уровне ветроэнергетических станций на примере сельскохозяйственной Курганской области ... 390	Чернова В. А., Агеев И. Т. Концепция бережливого производства: неуклонное сокращение потерь 407
Умарова М. А., Умирзоков Ж. А., Ахунова Ш. А. Статистическая оценка демографических факторов развития трудовых ресурсов Узбекистана 392	Чигрин Е. Н. Развитие газовой промышленности 410
Ушницкая Л. Е., Антонова Е. А. Современные проблемы многофункционального жилого комплекса 395	Эльсункаев Т. С. Государственное управление развитием агропромышленного комплекса Чеченской Республики 412
	Yuldasheva A. T. The legal framework of the development of small business and private entrepreneurship..... 414
	Ярыгина В. С., Плахов А. В. Оценка налоговой нагрузки на организацию.. 416

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Инвестиции Китая на Дальний Восток России: проблемы привлечения и основные направления

Кондратюк Кристина Витальевна, студент
Научный руководитель: Жабько Л. Л., доцент
Дальневосточный федеральный университет

Развитие Дальнего Востока на сегодняшний день играет важную роль в экономике России. Дальний Восток России является привлекательным с экономической точки зрения. Здесь сосредоточены крупнейшие месторождения полезных ископаемых. Регион обладает протяженной морской и сухопутной внешней границей. [3] Это даёт много преимуществ для инвестиционной деятельности и торговли. Однако, на сегодняшний день для таких соседей как Китай, Япония и Южная Корея Дальний Восток представляется лишь небольшим сырьевым придатком. Совокупный внутренний региональный продукт ДФО составляет всего 0,2% от всего ВВП региона АТР. [8]

Торгово-инвестиционное сотрудничество Китая и России за прошедшие двадцать лет получило стремительное развитие. К 2020 году руководителями стран поставлена задача увеличения китайских прямых инвестиций в экономику России, в частности большие объемы на Дальний Восток, учитывая его территориальную близость к Китаю и удаленность от европейских рынков, до 12 млрд долларов. [7]

Вопросы привлечения иностранных китайских инвестиций на российский Дальний Восток, развития российско-китайского торгово-инвестиционного сотрудничества и активизации инвестиционной деятельности региона рассматриваются в трудах многих российских ученых и исследователей, а также в трудах журналистов: Петрунина Ж. В., Борщ Л. М., Долженков А., Обухова Е., Савалей В. В. Тем не менее, трансформационные процессы, происходящие в инвестиционной деятельности экономики России, требуют своевременного и комплексного исследования, что делает выбранную тему актуальной.

Целью исследования является выявление проблем низкой инвестиционной активности Китая в экономику Дальнего Востока и определение основных направлений инвестиционного сотрудничества.

В основе исследования лежат данные Федеральной службы государственной статистики, Центрального Банка

Российской Федерации, Министерства экономического развития.

Подтверждением того, что развитие Дальнего Востока для России имеет стратегически важное значение, служат следующие принятые меры: «Стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года», создание Министерства РФ по развитию Дальнего Востока, государственная программа «Социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона до 2025 года», Федеральный Закон от 30 сентября 2013 года № 267-ФЗ, который вводит новые меры налогового стимулирования инвестиционной деятельности на территориях Дальневосточного федерального округа с 1 января 2014 года.

Главное направление развития российского Дальнего Востока можно выделить в осуществлении крупных инвестиционных проектов инфраструктурного характера, которые в свою очередь нуждаются в масштабных инвестициях. [4] Понимая, что затраты на осуществление этих проектов достаточно велики, России необходимо привлекать иностранные вложения. В качестве реального инструмента комплексного развития экономики региона является установление торгово-инвестиционных отношений. На ближайшее время инвестиции Китая представляются наиболее реальными. Подтверждается это «Программой сотрудничества между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири РФ и Северо-Востока КНР на 2009–2018 гг». [1]

Рассмотрим законодательную основу для развития российско-китайского инвестиционного сотрудничества, которая была принята большей частью в течении последних двадцати лет:

1. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений».

2. Федеральный закон от 09.07.1999 № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях» определяет основные гарантии прав иностранных инвесторов.

3. Федеральный закон от 22.07.2005 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации»

4. Федеральный закон от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях». Целью данного закона является привлечение иностранных инвестиций в национальную экономику.

5. Поступление китайских инвестиций может осуществляться в рамках соглашения о разделе продукции. Это регулируется Федеральным законом от 30.12.1995 № 225-ФЗ «О соглашении о разделе продукции». Закон устанавливает правовые отношения для иностранных инвесторов в области недропользования: поиск, разведка и добыча минерального сырья на территории Российской Федерации.

6. Федеральный закон от 29.04.2008 № 57-ФЗ «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяй-

ственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства»

7. Федеральный закон от 13.07.2015 № 212-ФЗ «О свободном порте Владивосток» регулирует особый правовой режим осуществления инвестиционной деятельности.

Несмотря на территориальную близость, длительную историю экономического и внешнеторгового сотрудничества, объем поступающих на Дальний Восток из Китая ПИИ низкий. Для сравнения рассмотрим географическое движение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в направлении Дальневосточного федерального округа.

Распределение ПИИ в Дальневосточный федеральный округ по странам, в млн долларов



Рис. 1. Прямые инвестиции в ДФО в разрезе основных стран-партнеров.

Источник: по данным ЦБ РФ

Из рис. 1 мы видим, что основная часть прямых иностранных инвестиций приходит из Бермудов и Кипра. Объяснением этого служит то, что эти страны являются офшорными. [3] То есть инвестирование производится преимущественно российскими организациями. Их руководителя, выведя активы за границу, реинвестируют часть из них в Россию для приобретения налоговых льгот. [3] Получается, что основная часть прямых иностранных инвестиций приходится на российских инвесторов. Остальные 6% распределяют следующие страны: Соединенные Штаты Америки, Республика Корея, Китай и Япония. Прямые инвестиции Китая занимают 0,7% в общей структуре ПИИ.

Рассмотрим факторы, оказывающие негативное влияние на приход ПИИ из Китая на Дальний Восток России:

1. Несовершенство и нестабильность законодательства, непредсказуемость изменений законодательства и возможность неоднозначной трактовки ряда законов и подзаконных актов. [3] Как следствие, это потенциальный риск для инвесторов.

2. Излишняя зарегулированность экономической деятельности в области лицензирования и работы таможенной службы. [3] Как следствие, это вызывает задержку, а в некоторых случаях отказ от проектов. Проекты, в которые уже вложены значительные средства до принятия изменений законодательства, впоследствии оказываются неприбыльными.

3. Неразвитость инфраструктуры, слабо развита логистика, что затруднит поставки в центр России, неудовлетворительное состояние портов.

4. Кадровые сложности. [3] Так как на Дальнем Востоке ощущается низкая плотность населения, то это приводит к нехватке трудовых ресурсов, а отток молодого и инициативного населения порождает проблему недостаточной квалификации оставшейся рабочей силы.

5. Отсутствие емкого рынка. Китай обеспечивает свои рынки необходимыми товарами, однако на Дальнем Востоке такой рынок предстоит только создать, низкая плотность населения, значит как следствие отсутствие спроса на продукцию.

6. Непредсказуемый рост тарифов естественных монополий, в частности стоимость электроэнергии.

7. Сложности налогового администрирования. [3] Значительный шаг в решении этого вопроса был принят принятием Федерального закона № 267-ФЗ, подписанного 30 сентября 2013 года о налоговых льготах для инвестиционной деятельности на территориях Дальневосточного федерального округа. Однако проблемы в сфере налогообложения еще остаются актуальными.

8. Языковой барьер и нехватка специалистов со знанием рынков.

Выделим главные направления инвестиционной деятельности КНР на Дальнем Востоке России:

1. Деревообрабатывающая промышленность: обработка древесины и производство изделий из дерева, пиломатериалы. Китайские инвесторы планируют инвестировать подобные проекты в Хабаровском крае. [5] Для Китая заинтересованность в этих видах деятельности позволит сократить издержки с оплатой экспортных пошлин.

2. Добыча металлических руд и нерудных полезных ископаемых.

3. Создание предприятий по производству строительных материалов. Объясняется это тем, что согласно программам развития восточных регионов России, предусмотрено создание большого количества новых производств. Китай, инвестируя в этот вид деятельности, обеспечит необходимым сырьем.

4. Сельское хозяйство и животноводство. «Агропромышленный кластер «Тай Юань», инвестирование составило 90% проекта. Рассматриваются проекты с Артемовским и Арсеньевским молокозаводами, проекты по выращиванию риса в Ханкайском районе. [5]

5. Комплексы по переработке и хранению рыбной и морской продукции. «Корпорация Прим Хуньчунь» планирует создать данный проект в рамках свободного порта. [5]

6. Развитие нефтегазохимического комплекса на базе сырья с новых дальневосточных месторождений. Клинкерный завод и нефтеперерабатывающее предприятие в Амурской ТОР. [5]

Как мы видим, перевес китайских инвестиций происходит в сторону проектов с сырьевой направленностью в следствие отсутствия мощной промышленной базы Дальневосточного округа.

Для развития торгово-инвестиционного российско-китайского сотрудничества в 2012 году Российским фондом прямых инвестиций (РФПИ) и Китайской инвестиционной корпорацией (СIC) создан Российско-китайский инвестиционный фонд (РФПИ), целью которого является обеспечение высокой доходности инвесторам. [6] Инвестиционная деятельность РКИФа направлена на развитие двусторонних экономических, торговых и инвестиционных отношений между Россией и Китаем.

Литература:

1. Стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 28 декабря 2009 г. N 2094-р) // www.garant.ru. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6632462/> (дата обращения: 29.11.2016).
2. Веркей, Ж. Прямые иностранные инвестиции в России / Жюльен Веркей // Россия 2013. Ежегодный доклад Франко-российского центра Обсерво. 2013. С. 62–74.
3. Влияние прямых иностранных инвестиций на социально-экономическое развитие Дальнего Востока. — М.: ЦЭФИР, 2013. — 112 с.
4. Иванов, И. С. Проблемы развития российско-китайских торгово-экономических, финансовых и приграничных отношений. — Рабочая тетрадь № 20/2015. — М.: Спецкнига, 2015. — 40 с.
5. Инвестиции из стран АТР на Дальний Восток идут осторожно // www.varpe.org. URL: <http://www.varpe.org/news.php?id=2839> (дата обращения: 29.11.2016).
6. Российский Фонд Прямых Инвестиций и Китайская Инвестиционная Корпорация создали Российско-Китайский Инвестиционный Фонд // www.interfax.ru. URL: <http://www.interfax.ru/pressreleases/249122> (дата обращения: 29.11.2016).
7. Российско-китайское инвестиционное сотрудничество // www.russchinatrade.ru. URL: <http://www.russchinatrade.ru/ru/ru-cn-cooperation/investment> (дата обращения: 29.11.2016).
8. Свой Восток. Долженков А., Обухова Е. // www.pressreader.com. URL: <http://www.pressreader.com/russia/ekspert/20160905/281496455724543> (дата обращения: 29.11.2016).

Некоторые особенности межкультурных коммуникаций и их роль в международном менеджменте

Контарева Анастасия Сергеевна, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Человечество представлено одним биологическим видом. Внутри этого вида наблюдается значительное генетическое разнообразие. Всё человечество состоит из шести рас, представители которых сильно различаются между собой по внешнему виду, физиологическим и психическим особенностям, физико-географическим условиям расселения людей по планете. За всю историю человечества цивилизации отличаются друг от друга историей, языком, традициями, культурным опытом и религией. Таким же древним является стремление не принимать во внимание других, в основании многих конфликтов лежала национальная идентичность, но столько же времени существует и желание постичь другие культуры и их представителей, разобраться в их различиях и сходствах. Такого рода противоположные отношения к другим культурам существовали на протяжении всей истории человечества, тем не менее взаимно дополняли и взаимно обогащали друг друга. Эта дилемма сохраняется до сих пор, вызывая множество споров и дискуссий о международных коммуникациях и о взаимном влиянии представителей разных культур друг на друга (межкультурная интеракция).

По мнению большинства специалистов-практиков, о межкультурной коммуникации (интеракции) можно говорить лишь в том случае, если люди являются представителями разных культур понимают, как чужое все то, что не принадлежит к их культуре. Если участники отношений знакомятся с правилами и нормами чужой культуры и общения, не прибегают к своим традициям, представлениям и способам поведения, то эти отношения можно назвать межкультурными. Благодаря таким отношениям постоянно выявляются характерные свойства, отличия в мышлении и восприятии, представления о возникающих у людей чувствах. [1]

Как понятие «межкультурная коммуникация» было сформулировано в работе Г. Трейгера и Э. Холла «Культура и коммуникация. Модель анализа» в 1954 году. В данной работе международная коммуникация стала идеальной целью, к которой человек должен стремиться чтобы максимально эффективно адаптироваться к окружающему его миру. С тех пор было проведено множество исследований в теоретической разработке этого явления, в результате которых были определены характерные черты межкультурной коммуникации: два или более представителя разных культур, и осознание участниками коммуникации культурных отличий друг друга. Сущность межкультурной коммуникации — это межперсональное общение в специальном контексте, когда один участник идентифицирует культурное отличие другого.

В общении между носителями разных культур, могут возникнуть трудности, связанные с различиями между этими культурами. Эти трудности возникают из-за различия в ожиданиях и предубеждениях, свойственных людям, и, отличающихся в разных культурах. Представители разных культур по-разному анализируют и воспринимают полученную информацию, что может вызвать трудности, привести к непониманию или невозможности общения.

На процессе условного взаимодействия между индивидами и группами, культурные различия которых можно распознать построена вся межкультурная коммуникация. Восприятие, отношение и реакция на эти отличия влияют на вид, форму и результат коммуникации. Межкультурные различия могут проявляться как различия вербальных и невербальных кодов в специфическом контексте общения. Каждый участник процесса культурного контакта имеет свой набор норм и правил, действующих таким образом, чтобы передаваемая и получаемая информация могла быть закодирована и декодирована. На понимание информации, помимо культурных различий, влияет множество факторов, таких как: гендерная принадлежность, возраст, профессия, социальный статус. Поэтому степень качества межкультурного контакта во многом зависят от толерантности, предприимчивости и личного опыта каждого члена коммуникации. [2]

На основании вышеизложенного, можно сказать что межкультурную коммуникацию следует рассматривать как совокупность разнообразных форм отношений и общения между представителями разных культур.

Так же, как и в науке, изучающей эволюцию культуры человека, в межкультурных коммуникациях культуру можно разделить на макрокультуру и микрокультуру.

Макрокультура. В ходе исторического развития человечества, огромные территории нашей планеты были заселены людьми, в ходе чего на этих территориях возникали культуры. В пример можно привести следующие культуры: русская, американская, латиноамериканская, азиатская, африканская, европейская и т. д. Эти культуры, из-за своей масштабности, выделяются по континентальному признаку, и получили название макрокультур.

Микрокультура. В каждой макрокультуре можно обнаружить множество различий в субкультурах. Многие люди входят в состав тех или иных социальных групп, имеющих свои культурные особенности. Со структурной точки зрения — это микрокультуры (субкультуры) в составе макрокультуры. Каждая микрокультура хоть и отличается от материнской культуры, но также имеет ряд сходств, что обеспечивает их представителям схожее восприятие мира.

Иными словами, субкультуры — культуры разных социальных групп и слоев внутри одного общества.

Управление коммуникациями играет важную роль в организации, обеспечивая поддержку системы взаимодействия между элементами системы, движение управленческой и отчетной информации, и состоит из следующих процессов: планирование системы коммуникаций, сбор и распределение информации, оценка и анализ результатов, документирование хода работ. [3]

Современная концепция развития экономики базируется на открытости экономических систем и дальнейшем совершенствовании систем управления экономикой, на основе организации коммуникаций во взаимодействии субъектов рыночной инфраструктуры разных стран, и совместного ведения проектов.

Коммуникации — одна из наиболее сложных проблем культурного взаимодействия в системе международного менеджмента. Неэффективное управление коммуникациями в организации является главной проблемой на пути достижения ее целей. Управление международными коммуникациями предполагает выделение и формирование ключевых правил, от которых будет зависеть эффективность обмена управленческой информацией, в многонациональном коллективе международной организации. Эффективность обмена этой информацией, в условиях мультикультурной среде, во много зависит от кросс-культурной компетентности менеджеров, их умений и навыков преодолевать культурные барьеры. [4]

Основываясь на практике международного менеджмента, специалисты выделили и сформулировали ряд ключевых барьеров, которые во много зависят от культурного фона.

1. Языковой барьер

Языковая проблема является самой первой и самой главной культурной проблемой. Решения данной проблемы можно достичь благодаря общению на языке международных коммуникаций — английском. В современных условиях знание английского языка — неременное требование для любого кандидата на роль международного менеджера. Менее эффективным будет ведение деловых переговоров при помощи переводчика. Поэтому фирма, вступающая в международный контакт, должна рассмотреть возможность обучения своих менеджеров языку. Владение конкретными национальными языками будет обладать исключительной полезностью, особенно при контакте с представителями стран востока.

2. Невербальное общение

Невербальное общение — это коммуникационное взаимодействие индивидов без слов, передача информации через образы с помощью жестов, поз, мимики, интонаций и т. д. Осведомленность международного менеджера о тонкостях невербального общения представителей других культур является важной компетенцией.

3. Восприятие

Возникающая в когнитивной системе человека непрерывная последовательность образов, на основе которой

человек составляет мнение об окружающих. Восприятие зависит от исповедуемых ценностей, которые являются сердцевинной культуры. Учет нюансов этого восприятия через линзу другой культуры — важное качество международного менеджера.

4. Стереотипы

Стереотип — относительно устоявшийся и упрощенный образ социальной группы, готовая схема восприятия. Национальная стереотипизация представляет собой сложный продукт развития той или иной культуры.

5. Обстоятельства времени и места

Особые трудности могут возникнуть при международных коммуникациях в отношении представителей других культур к следующим трем моментам: значения плана и порядка проведения встречи, уважение ко времени (пунктуальность). Соответственно знакомство международного менеджера с национальной деловой культурой позволит грамотно выстроить поведение и реакции во время коммуникации.

6. Этика

Вопросы морали и этики играют ключевую роли в любой национальной культуре и существенно влияют на эффективность коммуникации. Основываясь на примерах из практик международных коммуникаций, можно сделать выводы о важности соблюдения морально-этических норм в разных формах информационного обмена, особенно на переговорах в чужой стране. Пренебрежение правилами может негативно сказаться на деловых отношениях.

7. Информация в системе управления

На эффективность коммуникаций в международной фирме существенно влияет централизация и децентрализация в системах информационного обмена, обработки и принятия решений. Международный менеджер всегда должен иметь в виду наличие данной проблемы и необходимость в ней разобраться, поэтому необходимо иметь общее представление об особенностях национальной внутрифирменной системы коммуникаций.

8. Этноцентризм

Существенным барьером для коммуникации являются различные проявления этноцентризма, убежденность в превосходстве своей нации над другими. Искаженное восприятие, предвзятость, нежелание анализировать информацию. Даже в своих неявных проявлениях этноцентризм может вызвать напряжение в процессе контакта. [3]

Существует множество теорий межкультурных коммуникаций, которые помогают в построении продуктивного диалога и преодолении барьеров.

Выводы, которые можно сделать, проанализировав рассмотренные вопросы, что у каждого человека существуют свои нормы и правила общения, модели поведения и мышления, отличающие нас друг от друга. Наше отношение к собеседнику влияет на то, как будет интерпретировано сообщение. Содержание сообщений также влияет на взаимоотношения.

Межкультурные коммуникации могут быть описаны посредством социальных, умственных, коммуникаци-

онных стилей, используемых представителями разных культур.

Важно не только знание, но применение принципов международных коммуникаций на практике, с последующим их усовершенствованием. Любая международная

коммуникация начинается с простого осознания и признания факта реально существующих культурных отличий между разными людьми. Способность взять на себя роль посредника между представителями разных культур — неоценимое умение для межкультурной коммуникации.

Литература:

1. Кадыров, А. М. Культурология. Мировая и отечественная культура: учебное пособие. — Уфа.: АГУТУ, 2011. — 532 с.
2. Мясоедов, С. П., Борисова Л. Г. Кросс-культурный менеджмент: учебник для бакалавриата и магистратуры. — М.: Юрайт, 2015. — 314 с.
3. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие. — М.: Логос, 2012. — 224 с.
4. Пивоваров, С. Э., Тарасевич Л. С., Максимцев И. А. Международный менеджмент: учебник для вузов. — СПб.: Издательство «Питер», 2013. — 240 с.

Корпоративная социальная ответственность — традиции компании «Нестле Россия»

Косикова Юлия Адольфовна, кандидат экономических наук, доцент,
Пирогова Наталья Андреевна, студент
Московский государственный университет пищевых производств

В статье рассмотрены виды корпоративной социальной ответственности на примере компании «Нестле», а также важность КСО для компаний и их сотрудников.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, мотивация сотрудников, благотворительность

С приходом международных организаций, которые обладали не только значительными финансовыми ресурсами и невиданным для России продуктовым разнообразием, а также и развитой системой взаимодействия с большим числом заинтересованных сторон, был активизирован и процесс принятия российскими компаниями курса на социальную ответственность. Потому как именно зарубежные компании можно было считать примером социально ответственных компаний. Однако компании, желающие проводить программы КСО по своим стандартам, столкнулись с множеством проблем, связанных с российскими ценностями, традициями и деловыми обычаями, им пришлось адаптировать программы к местным условиям.

Отличным примером использования широкого спектра инструментов КСО является компания «Нестле». Эта известная швейцарская компания реализует различные социальные проекты во всех странах, где ведет свою деятельность, в том числе и в России. Во всем, что делает компания, прослеживается социально-значимый результат. Об этом говорит и главный слоган «Нестле» — «Качество продуктов, качество жизни».

Когда компания только зародилась (1866 год), она выпускала единственный продукт — смесь для грудных детей,

которая была создана для малышей с непереносимостью грудного вскармливания. Уже на этом этапе создания основатель компании Генри Нестле считал главным пунктом в системе целей фирмы создание ценностей для общества. Прошло много лет, компания стала практически империей, но ее цели остались неизменны — «Создание общих ценностей» (именно так понимается концепция КСО в компании). «Важность нашего вклада в развитие общества заключается в выходе за рамки традиционной корпоративной социальной ответственности и закреплении в основе бизнес стратегии концепции создания ценностей, как для акционеров, так и для общества в целом». [1]

С целью внедрения социально ответственной практики в большее количество предприятий, составляются рейтинги социально ответственных компаний, проводятся конкурсы социальных программ. Пример одной из таких программ — проект «Лидеры корпоративной благотворительности». Это совместный проект Форума Доноров, аудиторско-консалтинговой сети фирм PwC и газеты «Ведомости», он направлен на продвижение идей корпоративной благотворительности. [3]

В исследованиях 2014 года принимали участие 59 компаний, но именно ООО «Нестле Россия» стала первой

среди компаний, предлагающих свою продукцию в розничной торговле. Помимо этого «Нестле» победила и в номинации «Лучшая программа, раскрывающая политику корпоративной благотворительности и принципы социальных инвестиций компании». Победителем стала образовательная программа «Разговор о правильном питании», которая реализуется с 1999 года и направлена на формирование культуры правильного питания у детей школьного возраста.

Неотъемлемой частью корпоративной социальной ответственности компании является благотворительность. Большая часть благотворительных программ компании направлена на укрепление здоровья детей, развитие у них навыков правильного питания. Так же «Нестле» поддерживает программы связанные с детским творчеством, культурой, помощь малоимущим гражданам, инвалидам, детям-сиротам, волонтерские программы. С 2013 года «Нестле» является спонсором Большого театра.

Так же активную деятельность «Нестле» ведет в рамках внутренней КСО. По мнению руководства, главным конкурентным преимуществом компании являются сотрудники. Существующие в компании корпоративная культура и система мотивации способны сплотить коллектив, дать каждому сотруднику возможность достичь любых высот.

«Нестле» по праву можно назвать привлекательным и ответственным работодателем. Компания содействует развитию молодых специалистов, проводит обучения, организует практику для выпускников ВУЗов, с возможностью дальнейшего трудоустройства, проводит Дни карьеры.

У компании есть важная цель «Быть лучшим работодателем, поддерживая эффективность и наращивая многообразие организации», и для достижения поставленной цели, выделяются следующие задачи:

- увеличивать многообразие кадрового потенциала;
- поддерживать культуру высоких достижений, с укреплением взаимосвязи между результатами работ и вознаграждением;
- развивать линейных менеджеров для создания условий по раскрытию потенциала сотрудников;
- продолжать развитие высокоэффективной организации для привлечения лучших сотрудников и их удержания.

Конечно, выполнению поставленных задач способствует созданные компанией условия.

Компания предоставляет своим работникам расширенный социальный пакет. Каждому сотруднику оформляется полис добровольного медицинского страхования; тем, чья работа подразумевает разъездной характер, предоставляется корпоративный автомобиль, оплачивается бензин. Часть сотрудников имеют телефон с ежемесячным лимитом на бесплатную мобильную связь. Компания старается обеспечивать своих сотрудников всем необходимым для работы оборудованием.

Для повышения производительности труда и мотивации сотрудников, руководству необходимо получать от них обратную связь. Один из принципов компании: «умение услышать точку зрения сотрудника и отреагировать на нее».

Для этого в компании проводится опрос, под названием «Нестле и Я». Этот опрос позволяет определить удовлетворенность сотрудников по отношению к рабочему процессу. По результатам опроса составляется план действий, для устранения ошибок, выявляются сильные стороны.

Наиболее важная работа проводится компанией в рамках реализации мероприятий, направленных на профессиональное развитие персонала. «Инициатива Непрерывного совершенствования «Нестле» — цель, развить в сотруднике стремление совершенствоваться и повышать дух предпринимательства. Каждый работник значим, и может реализовать свой потенциал. Регулярно проводятся собрания среди сотрудников компании, им предоставляется возможность участвовать в решении глобальных проблем компании.

В компании присутствуют две основные программы по повышению и развитию мотивации персонала, их можно отнести к внутренней корпоративной социальной ответственности. Первая программа — процедура PDG (Progress & Development Guide) — составление индивидуального плана развития каждого сотрудника на протяжении всей его карьеры в компании. Составление индивидуального плана позволяет определить сильные и слабые стороны работника, его компетенцию на занимаемой должности, и показать будущий потенциал. Данная процедура включает в себя диалог сотрудника со своим руководителем, который разрабатывает план действий и мероприятий по развитию выбранных областей. План регулярно обновляется. С помощью своего наставника работник может профессионально развиваться.

В компании существует инструмент — Компас развития, в нем предполагается постепенный рост работника на каждом уровне: все сотрудники, лидеры, старшие лидеры.

Все сотрудники. Данные компетенции относятся ко всем сотрудникам, это типы поведения, которым нужно следовать: понимание бизнес среды, установка на результат, умение оценить свои способности, инициативность.

Лидеры. Данные компетенции относятся ко всем руководителям Нестле. Типы поведения: проицательность, мотивация и вовлечение, достижение результатов; развитие, умение убеждения, смелость.

Старшие лидеры. Данные компетенции относятся ко всем руководителям высшего управленческого звена. Данный тип поведения разработан для руководителей, которые управляют бизнесом: развитие конкурентоспособности, умение вдохновлять, разработка и запуск стратегии, управление изменениями.

Вторая программа повышения мотивации — РЕ (Performance Evaluation). Целью данной программы является определение эффективности выполнения бизнес-целей. Процедура РЕ состоит из трех этапов: постановка целей в феврале-марте, промежуточный анализ результатов в июле-августе, анализ результатов в первом месяце следующего года. Каждый сотрудник должен предоставить свои результаты. Проверку проводит экспертная комиссия, вы-

ставляя баллы, от 1 до 3. По результатам оценки происходит ежегодный пересмотр зарплаты сотрудника. Тем самым, создаются условия для высокой эффективности труда. Работник имеет четкое понятие, к какому результату нужно двигаться.

«Нестле» также предоставляет комплекс обучающих программ — тренинги, семинары, онлайн — обучение. В компании создана собственная школа обучения — Академия «Нестле Россия». Школой Нестле были разработаны около пятидесяти различных программ для обучения сотрудников. Все тренинги делятся на три категории:

- программа для новых сотрудников.
- программы для развития профессиональных навыков.
- программы, нацеленные на развитие компетенции и личной эффективности сотрудника.

Литература:

1. Принципы управления и лидерства компании «Нестле» nestle. ru
2. Компас развития. Модель компетенции «Нестле». Планирование карьеры. nestle. ru
3. Добро пожаловать! Книга для новых сотрудников. nestle. ru
4. Каталог тренинговых программ. Академия «Нестле Россия». nestle. ru
5. Обзор российского рынка мороженого Косикова Ю.А., Венкова А. С /Сборник «Живые системы XIII научно-практическая конференция с международным участием. — М.:МГУПП, 2015. с. 16–20
6. Маркетинг в системе управления на предприятиях пищевой промышленности (на примере пищевого контрактного отрасли) Косикова Ю. А. диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Москва, 1997
7. Методические положения по организации маркетинга на перерабатывающем предприятии Косикова Ю. А., Гончаров В. Д., Тульская Н. С. АПК: Экономика, управление. 1995. № 11. с. 28–41.
8. Методические положения по организации маркетинга на перерабатывающем предприятии Косикова Ю. А., Гончаров В. Д., Тульская Н. С. АПК: Экономика, управление. 1995. № 10. с. 23–32
9. Анализ деятельности перерабатывающего предприятия в рыночных условиях Косикова Ю.А., Тульская Н. С. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 1994. № 11. с. 13–16

Изучение установок и мотивации в категории готовой мясной продукции

Косикова Юлия Адольфовна, кандидат экономических наук, доцент;
Халдыгерова Руслана Николаевна, студент
Московский государственный университет пищевых производств

В статье рассмотрена и изучена практика потребления готовой мясной продукции и отношение потребителей к различным видам с целью выявления восприятия марки «Дмитрогорский продукт», а также определения сильных и слабых сторон бренда для определения направления его дальнейшего развития и увеличения продаж продукции.

Ключевые слова: бренд, восприятие бренда, ключевые характеристики, базовые характеристики

Было проведено качественное исследование продукции мясокомбината «Дмитрогорский продукт» в задачи которого входило:

- 1) изучить текущую практику потребления и отношение к категории;
- 2) изучить процесс и критерии выбора готовой мясной продукции;

Обязательным из тренингов является тренинг адаптации, который знакомит сотрудников с процедурами, которые приняты в компании, также показывают основные принципы деятельности.

Тренинги второго уровня помогает специалисту развить свои профессиональные навыки. Высшим уровнем обучения является развитие личной эффективности, которая направлена на формирование навыков коммуникации, управления конфликтами и временем, а также формирование карьерных стремлений.

Школа «Нестле Россия» обучает и показывает приверженность компании, превращая каждого сотрудника в квалифицированного специалиста. Применение комплекса мероприятий в области внутренней корпоративной социальной ответственности обеспечивает компанию верными и мотивированными сотрудниками.

- 3) определить восприятие показателя «качество» в категории и его индикаторы;
- 4) выявить сегментацию продукции в категории с точки зрения потребителя;
- 5) провести диагностику восприятия марки «Дмитрогорский продукт» в сравнении с продукцией конкурентов

«Клинский мясокомбинат», «Дымов», «Велком», «Рублёвские»;

Были изучены следующие категории:

- колбасы вареные,
- сосиски, сардельки.
- полукопченые колбасы,
- колбасы варено-копченые,
- ветчины,
- мясные деликатесы.

В качестве метода исследования применялись фокус-групповые дискуссии. Исследование проводилось в Москве.

В качестве целевой аудитории были выбраны покупатели, сегментированные по следующим характеристикам:

— Пол и возраст. Мужчины и женщины в возрасте от 25 до 45 лет, с разбивкой на следующие возрастные группы: 25–35 лет и 36–45 лет.

— Семейное положение: минимум 2/3 участников исследования имеют семью и детей.

— Доход: средний +, определяемый, как 50000–60000 рублей в месяц на человека в семье.

— Отношение к категории: Единолично или наравне с другими членами семьи принимают решение о покупке продуктов питания в семье. Все участники исследования самостоятельно приобретают (минимум 1 раз в неделю) и потребляют (минимум 2 раза в неделю) не менее 2 из указанных категорий продукции.

Отношение к маркам: регулярные потребители следующих марок (равномерное распределение на группе): «Дмитрогорский продукт», «Клинский Мясокомбинат», «Дымов», «Велком», «Рублёвские колбасы» («Рублёвские»).

По результатам исследования были сделаны следующие краткие выводы.

Ключевые характеристики мясокомбината «Дмитрогорский продукт». По уровню цены и качества, продукция «Дмитрогорского продукта» достаточно устойчиво позиционируется в сегменте «достойных», «хороших» производителей, конкурентоспособна по качеству, практически не уступает прямым конкурентам, хотя и не выделяется на их фоне. Потребители, в целом, положительно оценивают продукцию бренда по важным для них параметрам: внешне, продукт выглядит аппетитным и привлекательным, оформление продукта (этикетка) соответствует уровню качества, смотрится в меру «дорого» и достойно, не противоречит потребительским ожиданиям по отношению к оформлению продуктов в соответствующем ценовом и качественном сегменте. На основании опыта употребления, продукция «Дмитрогорского продукта» считается вкусной и не вызывает нареканий.

К сильным сторонам мясокомбината «Дмитрогорский продукт» можно отнести следующие:

— бренд достаточно известен (обладает средним уровнем известности) и характеризуется «незапятнанной» репутацией, стабильным качеством;

— продукция бренда и ее оформление выглядят для потребителей достаточно привлекательно;

— имиджевые характеристики бренда, хотя и не уникальные (базовые), для потребителей также привлекательны и способствуют формированию доверия к марке

Слабые стороны:

— бренд уступает конкурентам по уровню известности (спонтанно вспоминается существенно реже, чем конкурентные бренды, не входит в число брендов «top of mind» для потребителей). Потребители не видели или не помнят рекламную кампанию «Дмитрогорского продукта», и в ряде случаев отмечают, что продукция марки «редко встречается» в рознице;

— бренд не имеет никаких преимуществ перед конкурентом «Рублевские» в сегменте «Российская классика».

Текущая практика потребления и восприятие категории «готовая мясная продукция» были оценены по следующим показателям:

— базовые характеристики готовых мясных продуктов;

— особенности восприятия «качества» готовых мясных продуктов;

— потребительская классификация готовых мясных продуктов;

— особенности потребительского поведения и факторы выбора продукта.

Базовые характеристики готовых мясных продуктов.

Готовые мясные изделия — обязательный, привычный и традиционно необходимый атрибут ежедневного меню российского потребителя. Колбасные и мясные изделия характеризуются, в первую очередь, своей универсальностью:

— могут употребляться в самых разнообразных повседневных ситуациях (дома, в дороге, на пикнике и на работе; на завтрак, обед, ужин и в качестве перекуса в течение дня), а также служить украшением стола и наиболее распространенной закуской во время праздничного застолья.;

— продукты категории активно используются и как самостоятельное блюдо, и как ингредиенты для приготовления блюд (солянок, гороховых супов, горячих бутербродов и рулетов, яичницы и омлетов, салатов и т. д.) По ощущениям потребителей, продукты в категории отличаются исключительным разнообразием, как с точки зрения различных видов изделий, так и по количеству марок производителей, представленных на рынке. Подобное разнообразие позволяет потребителям воспринимать колбасную и мясную продукцию в широком «вкусовом» диапазоне — от простой и «незамысловатой еды», до деликатесного «лакомства», а также стимулирует к экспериментам, готовности пробовать новые продукты и продукцию разных марок.

Особенности восприятия «качества» готовых мясных продуктов.

Качество мясных продуктов — характеристика, обладающая для потребителей высокой значимостью. Выбор «качественного» продукта среди многообразного предло-

жения готовой мясной продукции, осознается потребителями, в определенной степени, как проблема, непростая задача, решение которой требует усилий.

Подобное отношение к качеству мясных продуктов (в особенности — колбас, сосисок и сарделек), обусловлено следующими факторами:

— достаточно распространенный личный опыт покупки и употребления «некачественных»/ «невкусных» продуктов;

— сомнения в добросовестности производителей и совершенстве технологий производства, нюансы которых «скрыты» от потребителя. Опасения, что в продуктах содержатся ненатуральные и вредные для здоровья «химические» ингредиенты;

— невозможность точно верифицировать «качество» до совершения покупки и «пробы» продукта.

В большинстве случаев, подходящий по качеству продукт, выбирается методом проб и ошибок. К «качественному» продукту (конкретный вид продукта конкретного производителя), выбранному подобным образом, формируется устойчивая лояльность. При этом, если качество любимого продукта снижается — потребители отмечают данный факт, и демонстрируют решительную готовность к отказу от продукта, который «испортился».

Потребительская классификация готовых мясных продуктов

— По частоте потребления, выделяются следующие группы продуктов:

— Повседневные — употребляются практически ежедневно, всегда есть в холодильнике, приобретаются часто и регулярно

— Ситуативные — употребляются время от времени, не воспринимаются как продукты «на каждый день»

— Праздничные — приобретаются редко, в особых случаях, по праздникам, воспринимаются как «отклонение» от повседневных потребительских привычек

По цене, продукты дифференцируются потребителями как

— недорогие, доступные для повседневного употребления;

— средние по цене, их можно позволить себе время от времени без повода, купить для гостей или «побаловать себя»;

— дорогие, «праздничные» продукты, которые покупаются редко и по особому случаю

По виду и ожидаемому вкусу, также выделяются три условных категории:

— обычные, стандартные продукты — «просто еда»;

— более интересные по виду продукта и упаковки, с выраженной «вкусностью» — «аппетитные»;

— продукты с «дорогим», эксклюзивным оформлением и ожидаемым пикантным, изысканным вкусом.

Восприятие вида и ожидания от вкуса тесно связаны с ценой продукта.

Особенности потребительского поведения и факторы выбора продукта

Привлекательность бренда для потребителей определяется на основе рациональных и имиджевых характеристик.

Рациональные характеристики бренда — уникальные особенности продуктового предложения, «выделяющие» продукцию производителя в конкурентной среде:

— позиционирование бренда по цене и качеству продукции;

— широта ассортимента в категории и суб-категориях;

— уникальные позиции в ассортименте;

— специфика и принципы формирования ассортиментной линейки.

Имиджевые характеристики бренда — уникальный образ бренда, его индивидуальное «лицо», создающее конкретные ожидания по отношению к продукту:

— имиджевое позиционирование бренда (уникальная маркетинговая идея, дифференцирует бренд на фоне конкурентов);

— характеристики образа бренда, привлекательные для потребителей;

— уровень известности бренда и способность бренда вызывать доверие.

Особенности восприятия рациональных характеристик брендов производителей

На практике, производители практически не отличаются для потребителей своим ассортиментом и не выделяются «интересными» продуктами.

Чаще всего, потребители «совершенно ничего не знают» о производителях, особенностях их предложения, специализации, широте и уникальности ассортимента, отличиях от конкурентов. Привлекательность или непривлекательность продуктового предложения того или иного производителя, фиксируется на уровне «я пробовал его продукты и они мне нравятся/не нравятся». Иными словами, на рациональном уровне, производители различаются для потребителей только по качеству (и, соответственно, цене) продукта, и подразделяются, в сущности, на два вида: «хорошие» производители (вкусный и качественный продукт) и «плохие» производители (невкусный и некачественный продукт). В рамках одного ценового и качественного сегмента, все производители практически равноценны и взаимозаменяемы, и предложение у них «одинаковое» (сходный ассортимент и похожие продукты).

Литература:

1. Маркетинговые исследования безалкогольной продукции Хлыстик А.М., Косикова Ю.А. В сборнике: Индустриализация современного общества: теория и практика Сборник материалов к конференции «День Знаний». Ответственный редактор В.В. Рокотянская. 2014. с. 23–26.

2. Перспективы развития молочной и российской молочной индустрии Косикова Ю. А., Литвинова Н. В. Молодой ученый. 2014. 3 (62). с. 460–462.
3. Обзор рынка российского мороженого Косикова Ю. А., Венкова А. С. В сборнике: Живые системы XIII научно-практическая конференция с международным участием. 2015. с. 16–20
4. Анализ рынка ОАО «Пивоваренная компания Балтика» Комиссарова А. А., Косикова Ю. А. В сборнике: Индустриализация современного общества: теория и практика Сборник материалов к конференции «День Знаний». Ответственный редактор В. В. Рокотянская. 2014. с. 27–30
5. Практические рекомендации по проведению маркетинговых исследований хлебопекарного предприятия Косикова Ю. А., Тульская Н. С., Шифман З. Б., Косован А. П. Хлебопечение России. 1998. № 3. с. 12–13
6. Маркетинг в системе управления на предприятиях пищевой промышленности (на примере пищевого контрактного от-расли) Косикова Ю. А. диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Москва, 1997

Подходы к определению международного валютного рынка

Крюков Павел Алексеевич, кандидат экономических наук, старший преподаватель;
Крюкова Валентина Валентиновна, кандидат технических наук, доцент
Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева (г. Кемерово)

В статье рассматриваются различные подходы к определению международного валютного рынка. Выделены три подхода. Дано авторское определение, сочетающее характерные особенности трех подходов и отличающееся учётом сделок купли/продажи финансовых инструментов с базисным активом «золото».

Ключевые слова: операции, экономические отношения, функции, валютный рынок, базисный актив, золото

Международный валютный рынок (МВР) (или FX — Foreign Exchange — дословно означает «иностранный обмен, конверсия») является частью мировой валютной системы, в которую интегрированы национальные валютные рынки. По определению А. И. Шмыревой [1, с. 8], «мировая валютная система — это закрепленная международными соглашениями форма организации международных валютных отношений, сложившаяся на основе развития мировой системы хозяйства». Международные валютные отношения регулируются международными валютно-финансовыми организациями. Л. Н. Красавина определяет международные валютные отношения как «совокупность общественных отношений, складывающихся при функционировании валюты в мировом хозяйстве и обслуживающих взаимный обмен результатами деятельности национальных хозяйств» [2, с. 27], откуда следует: роль международного валютного рынка заключается в обслуживании международных валютных отношений.

Сегодня международный валютный рынок — единый интегрированный механизм за счет глобальной финансовой информатизации общества. Электронные системы торговли, используемые повсеместно, не различают неорганизованную и организованную торговлю на международном и национальном уровнях.

Однако отчет Банка международных расчетов (BIS) [3] выделяет наличный рынок и рынки срочных инструментов: ОТС (торговля через прилавок) — неорганизованный рынок (иначе внебиржевой) и организованный рынок

(биржевой). Неорганизованный сегмент занимает наибольший объем оборота рынка по наличным и срочным сделкам по иностранной валюте, а по дериватам процентной ставки — наибольший оборот по организованному сегменту. Укажем некоторые особенности организованного и неорганизованного сегментов рынка на современном этапе.

Сегодня организаторы торговли оказывают не только услуги брокера и дилера одновременно, но и финансовое консультирование, обучение и предоставление информации в реальном режиме времени, анализ текущей динамики рынка, а также возможность Интернет-трейдинга в реальном режиме времени, при котором преимущественный способ выполнения операций (торговля расчетными финансовыми инструментами) — алгоритмическая торговля. Есть общие моменты в процедуре организации торговли на обоих сегментах рынка. Это использование компьютерных торговых систем, которое делает неорганизованный рынок «организованным», что проявляется в полной автоматизации процесса торговли без посредников, унификация контрактов на конкретной торговой площадке. На современном биржевом рынке также используются электронные торговые системы, обеспечивающие анонимность торговли, как и на неорганизованном, составным компонентом которых является система автоматического поиска совпадающих приказов и автоматизация процедуры фиксинга цены. Как отмечает В. Ю. Мишина [4, с. 27], методология BIS к биржевым операциям относит «все обезличенные (анонимные) сделки, заключенные в торговой системе ...».

Организованный валютный рынок в России представляет Московская биржа, на которой участникам доступна торговля различными активами (акциями, облигациями, валютой, производными финансовыми инструментами и др.). Московская биржа — администратор ЕТС (Единая торговая система биржевой торговли), через неё посредством информационной технологии связаны все остальные участники рынка.

Неорганизованный валютный рынок в России — это межбанковский рынок, организаторами которого являются уполномоченные банки — профессиональные участники рынка (дилеры/брокеры) и небанковские финансовые организации (диллинговые центры, брокерские фирмы, как резиденты, так и нерезиденты (так называемые «форекс — компании»). На *организованном* сегменте российского рынка условия осуществления торговых операций строго определены Законодательством РФ.

Неорганизованный сегмент (называют в России — Форекс), представленный «форекс — компаниями» — резидентами и нерезидентами в России, до последнего времени не регулировался, отсутствовала правовая защита клиентов. Условия сделок, стандарты и правила торговли определялись взаимной договорённостью участников для компаний — резидентов, объединённых в саморегулируемые организации. Примером является Центр регулирования внебиржевых финансовых инструментов и технологий (СРО ЦРФИН). В отличие от российского рынка, зарубежные *организованный* и *неорганизованный* сегменты рынка (в США и странах — членах Европейского Союза) давно законодательно регулируются. Сегодня в России ситуация изменилась. Государственной Думой принят ФЗ N 460-ФЗ от 29.12.14 г., основные нормы которого вступили в действие с 1 октября 2015 г. Закон определяет, что дилеры «должны пройти процедуру лицензирования и иметь обязательное членство в отраслевой саморегулируемой организации (СРО), стандарты которой после утверждения мегарегулятором, будут обязательными для исполнения». СРО должна сформировать компенсационный фонд для выплат клиентам при неисполнении дилерами своих обязательств — членами СРО. Дополнительно Закон устанавливает «обязательство форекс-компаний иметь публичные правила совершения операций, содержащие порядок определения цены сделки, срок и способ исполнения сделки, условия котирования» и др. По мнению экспертов [5], «принятие данного законопроекта означает начало нового этапа развития всей финансовой индустрии в РФ. Институционализация Форекс в России означает полную прозрачность операций и защиту интересов клиентов и участников рынка».

Классификация финансовых рынков включает: «кредитный рынок (рынок ссудных капиталов), рынок ценных бумаг (фондовый рынок), валютный рынок (ВР), рынок драгоценных металлов (золота, серебра и платины), рынок страховых услуг (страховой)». В работе А.С. Селицева [6, с. 12] выделяется дополнительный вид —

«рынок слияний и поглощений», что объясняется тенденцией *глобализации* мировой экономики.

Увеличение объема использования цифровых технологий и информационных систем, а также телекоммуникационных каналов связи в международной торговле повышает прозрачность ранее обособленных национальных рынков.

Принимая во внимание данный факт, авторы согласны с предложенной классификацией рынков. Структура МВР содержит рынки *процентных ставок, иностранной валюты, краткосрочных ссудных капиталов, золота*.

Некоторые ученые выделяют функции МВР, например, А.Г. Грязнова [7, с. 178] (и др.): «валютный рынок выполняет следующие функции: осуществляет международные расчеты, страхование валютных и кредитных рисков, обеспечивает взаимосвязь мировых валютных, кредитных и финансовых рынков, диверсификацию валютных резервов, регулирование валютных курсов, проведение валютной политики, получение прибыли его участников от инвестиций».

По нашему мнению, указанные функции отражают задачи акторов рынка. Национальные регуляторы исполняют функции законодателя и координатора их деятельности на национальном сегменте международного рынка. Рассмотрим подходы различных авторов к понятию МВР. Общее определение рынка позиционирует рынок как:

А.Г. Грязнова [7, с. 860] — «основная форма организации общественного хозяйства в условиях товарного производства, обеспечивающая ... *распределение ресурсов* в интересах его участников — собственников этих ресурсов».

Б.А. Райзберг [8, с. 331] — «место купли/продажи товаров и услуг, место заключения торговых сделок ... и *процесс купли-продажи, экономические отношения*, связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых *формируется спрос, предложение и цена*».

А.Е. Котенко [9, с. 21] — «совокупность *взаимоотношений* хозяйствующих субъектов, заинтересованных в покупке или продаже того или иного вида товара, *результатом взаимодействия которых, является установление рыночной цены*».

На данный момент можно выделить 3 позиции к трактовке понятия валютного рынка.

1. «Совокупность инструментов и операций».

— Л.А. Анненкова [10, с. 15] — «совокупность конверсионных операций по купле-продаже иностранной валюты на конкретных условиях»;

— Н.В. Кулаков [11, с. 7] — «это совокупность валютнообменных и производных от них операций межбанковского и биржевого рынков, производимых по рыночным курсам».

Очевидно, определение Н.В. Кулакова отличается от определения Л.А. Анненковой наличием в структуре рынка срочных биржевых операций.

— И.А. Бланк [12, с. 476] — валютный рынок как «один из видов финансового рынка, на котором объектом купли-продажи выступает иностранная валюта и финансовые инструменты, обслуживающие операции с ней».

— Д. Сухотин и П. Новиков [13, с. 351] — «Форекс — это межбанковский мировой валютный рынок, где обмен валют осуществляется по свободным ценам».

2. «Система экономических отношений»

— Е. В. Афанасьев [14, с. 9] — «совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи иностранной валюты».

— А. Захаров [15] (и др.) — «система *экономических отношений*, представляющая собой осуществление операций по купле-продаже иностранной валюты (а в некоторых случаях — ценных бумаг в иностранной валюте и срочных контрактов на иностранную валюту), а также операций по инвестированию валютного капитала». Данная трактовка указывает на инвестиционные цели операций, но, очевидно, ценные бумаги — инструмент фондового рынка.

3. «МВР — механизм реализуемых функций».

— А. И. Шмырева [1, с. 49] — «валютный рынок — механизм, с помощью которого реализуются функции: перенос покупательской способности из одной страны в другую; предоставление или получение кредитов для международных торговых операций; минимизация подверженности риску в связи с колебаниями курса обмена».

— М. В. Романовский [16, с. 566] (и др.) — «мировой финансовый рынок по своей экономической сущности — система определенных отношений и своеобразный механизм сбора и перераспределения на конкурентной основе финансовых ресурсов между странами, регионами, отраслями и институциональными единицами».

В позиции 1. Трактовка Д. Сухотина и П. Новикова подразумевает независимость определения цен, но данное

понятие неактуально, поскольку акцентирует внимание на форму выполнения операций только между коммерческими банками. На сегодняшний день коммерческие банки выступают не только в роли дилера, поддерживая валютные позиции за свой счет с целью получения прибыли от разницы цен базового актива, но и как брокер, являясь посредником между покупателем и продавцом, выступая от имени клиента и за его счет, или от своего имени, но за счет клиента.

Понятие «межбанковский» определяет неорганизованный (внебиржевой) признак рынка, но в отчете BIS [3] присутствуют операции, проводимые на биржах.

Мы считаем, наиболее полная трактовка понятия МВР, должна отражать все подходы к его определению и отличаться включением в базисный актив золота. Таким образом, авторское определение звучит так:

«международный валютный рынок — совокупность экономических отношений участников рынка, возникающих в процессе выполнения сделок купли/продажи финансового инструмента с различным базисным активом (иностранная валюта, процентная ставка, золото), — механизм реализации функций перераспределения финансовых ресурсов и установления рыночной (свободной) цены».

Выводы:

Рассмотрены подходы различных ученых к толкованию сущности понятия «международный валютный рынок». Выделены три точки зрения. Дано авторское толкование, сочетающее особенности трех подходов и отличающееся учётом сделок купли/продажи финансовых инструментов с базисным активом «золото».

Литература:

1. Шмырева, А. И. Международные валютно-кредитные отношения / А. И. Шмырева. СПб.: Питер, 2002. — 272 с.
2. Красавина, Л. Н. Финансовые международные валютно-кредитные отношения: учебник / Л. Н. Красавина, Д. В. Смыслов, С. А. Былинник и др.; под ред. Л. Н. Красавиной. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2005. — 576 с.
3. Triennial Central Bank Survey Foreign exchange turnover in April 2013: preliminary global results [Электронный ресурс] / BIS, 2013. — URL: <http://www.bis.org/publ/rpx13.htm> (дата обращения 02.02.2016).
4. Мишина, В. Ю. Тенденции и перспективы развития российского валютного рынка / В. Ю. Мишина С. В. Москалев, И. Б. Федоренко // Деньги и кредит. 2011. — № 07. — с. 27–30.
5. Интерфакс-100. Рейтинг форекс-брокеров в России за 2014 год [Электронный ресурс] / ЦРФИН, 2015. — URL: <http://crfn.ru/ru/publication/interfaks-100-reyting-foreks-brokerov-v-rossii-za-2014-god> (дата обращения 01.01.2016).
6. Селищев, А. С. Рынок ценных бумаг: учебник для бакалавров / А. С. Селищев, Г. А. Моховикова. М.: Юрайт, 2013. — 431 с.
7. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Колл. Авторы / под общ. ред. А. Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2004. — 1168 с.
8. Райзберг, Б. А. Словарь современных экономических терминов / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский. 4-е изд. М.: Айрис-пресс, 2008. — 480 с.
9. Котенко, А. Е. Методика анализа алгоритмов управления валютным портфелем: автореф. дис....канд. экон. наук. М., 2003. — 23 с.
10. Аненкова, Л. А. Совершенствование финансового механизма иммунизации инвестиционной стратегии дилинговых операций на международном валютном рынке (на материалах валютного рынка Forex): автореф. дис.... канд. экон. наук. Ростов — на — Дону, 2010. — 25 с.

11. Кулаков, Н. В. Современный валютный рынок Fogex: динамика и методы её оценки: автореф. дис....канд. экон. наук. М., 2008. — 29 с.
12. Бланк, И. А. Основы инвестиционного менеджмента: в 2 томах. — Т. 1/ И. А. Бланк. 3 — е изд., стер. М.: Изд — во «Омега — Л», 2008. — 660 с.
13. Сухотин, Д. Fogex и деньги. Практическое руководство/ Д. Сухотин, П. Новиков, А. Шилов и др. М.: Омега-Л, 2005. — 351 с.
14. Афанасьев, Е. В. Российский биржевой валютный рынок и перспективы его развития: автореф. дис....канд. экон. наук. Москва, 1999. — 19 с.
15. Захаров, А. Валютные и универсальные биржи XXI века как антикризисный механизм финансового рынка/ А. Захаров, Д. Кириченко, Е. Челмодеева. — 2-е изд., перераб. и доп. М.: Международная Ассоциация Бирж стран СНГ, 2002.
16. Финансы: учебник/ под ред. проф. М. В. Романовского, проф. О. В. Врублевской. 3 — е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2011. — 590 с.

Эффективность управления персоналом как необходимое условие повышения конкурентоспособности организации

Куприянова Надежда Александровна, магистрант;
Копылова Татьяна Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

В статье раскрыта роль повышения эффективности управления персоналом для повышения конкурентоспособности организации. Определена значимость трудового коллектива как стратегического ресурса организации.

Ключевые слова: система управления персоналом, конкурентоспособность, критерии эффективности управления персоналом, компетентность, квалификация, показатели эффективности

In article discusses improvement of the HR management for improvement of competitiveness of the organization. And also, the importance of personnel as strategic resource of the organization is determined.

Keywords: HR management system, competitiveness, performance indicators of HR management system, competency, qualifications, performance indicators

В современных экономических условиях из-за постоянного роста цен на сырьё, нестабильности курсов валют и усиления внутренней конкуренции, компании вынуждены искать новые возможности наращивания своего потенциала. Им необходимы новые преимущества, которые станут факторами конкурентоспособности. Следуя опыту зарубежных компаний, многие организации начинают искать этот потенциал в своём персонале.

С давних времен вопросам организации и управления трудовой деятельностью отводилось особое внимание. Очевидно, что ни одна организация не может добиться успеха без эффективного управления. В настоящее время, совершенствование и развитие системы управления трудовым коллективом стало необходимым условием успешного и стабильного функционирования организации. Многие российские компании сталкиваются с проблемой корректировки уже имеющейся системы управления или разработки и внедрения новых систем управления деятельностью трудового коллектива, которые бы соответствовали современным условиям ры-

ночной экономики, что делает данную тему ещё более актуальной.

В подавляющем количестве отраслей и сфер деятельности организаций одним из главных показателей коммерческого успеха является конкурентоспособность субъекта рыночных отношений и его прибыльность. При существующем многообразии подходов к определению и структурированию стратегических целей, один аргумент остаётся решающим — для предпринимательских структур целевая ориентация так или иначе связана с прибыльностью бизнеса. Именно прибыльность делает возможным сам факт существования организации. Кроме того, показатель прибыли позволяет оценить эффективность работы предпринимательской структуры в целом, которая в свою очередь складывается из эффективности использования всех организационных ресурсов, в том числе каждого сотрудника [5, с. 28].

Конечно же, принципы и способы организации работы в компании имеют огромную роль, но всё же успешность деятельности в большей степени зависит от людей, рабо-

тающих в этой компании. Поэтому, повышение конкурентоспособности и степень успешного функционирования организации напрямую связаны с эффективной деятельностью трудового коллектива организации. На сегодняшний день, можно с уверенностью сказать, что достижение предпринимательской структурой поставленных целей невозможно без наличия компетентного и квалифицированного персонала, заинтересованного в результатах своего труда. Сотрудники компании являются её самой большой ценностью, так как, непосредственно от их деятельности зависит развитие компании, рабочий процесс и, в итоге, прибыль организации.

В экономической литературе нет единого мнения по поводу определения «конкуренции» и «конкурентоспособности». М. Портер, признанный специалист в области изучения экономической конкуренции, определил конкурентоспособность как «... производительность, представляющая собой эффективное использование рабочей силы и капитала...». Портер сформулировал наиболее важные факторы для достижения конкурентного преимущества — инновация, качество и лидерство в издержках. Все три фактора зависят от качества персонала организации. Способность создавать и удерживать конкурентное преимущество является необходимым условием для роста, развития и процветания организации. [1, с. 166]

Один из принципов Акио Мориты, основателя корпорации Sony, гласит: никакая теория, программа или правительственная политика не могут сделать предприятие успешным, это могут сделать только люди. [4, с. 42]

Наличие большого числа публикаций на тему управления персоналом позволяет опираться на огромную теоретическо-методическую базу. Однако большинство научных разработок не берёт во внимание то, что в организации обычно уже имеется некоторая система управления персоналом и, как правило, необходимо её совершенствование с учётом российского менталитета и специфики отрасли, в которой действует компания. Планируя модернизацию необходимо понимать исходную ситуацию, а именно сильные и слабые стороны имеющейся системы управления трудовым персоналом. Важность совершенствования этой системы подтверждается функциями, которые она выполняет, а именно: управление наймом, учетом и оценкой персонала, обеспечение нормальных условий труда и даже функция линейного руководства.

Улучшение эффективности работы персонала следует начинать с анализа уже существующей системы управления. Следует отметить что, невозможно рассматривать эффективность управления персоналом отдельно от эффективности работы организации в целом, поскольку, процесс управления персоналом интегрирован во все области менеджмента компании.

Творческие способности сотрудников, их способности работать в напряжённом режиме, высокие коммуникативные навыки и многое другое является весомой составляющей в развитии конкурентоспособности орга-

низации. Конкурентное преимущество, основанное на эффективном управлении персоналом, обладает исключительным свойством — невозпроизводимостью. Это достигается путём создания уникального сочетания процессов, стилей, личностей, способностей и организационной культуры.

Говоря об эффективности управления персоналом, следует не забывать об эффективности социальной и экономической. При этом экономическая эффективность понимается как достижение целей компании, то есть выраженные в первую очередь в качественных и количественных показателях хозяйственной деятельности организации. Социальная эффективность рассматривается как удовлетворение потребностей и интересов сотрудников организации, например такие как: оплата и условия труда, удовлетворенность трудом и другие [3, с. 12].

Известные исследователи — М. Мескон, М Альбер, Ф. Хедоури, говорят о том, что экономическая эффективность проявляется в реализации персоналом целей организации. Например, рентабельность и производительность труда при экономичном использовании ограниченных ресурсов. Проявление социальной эффективности понимается как, степень достижения индивидуальных целей сотрудников. Например, удовлетворение потребностей, желаний, интересов и ожиданий сотрудников, а так же интерес к труду и ориентация на взаимоотношения с другими людьми. Таким образом, под эффективностью управления персоналом следует понимать достижение экономических и социальных целей организации [3, с. 14].

Эффективность функционирования системы управления персоналом определяется в первую очередь её вкладом в достижение организационных целей компании. Но говоря о реальной эффективности системы, следует соизмерять степень реализации целей организации со средствами на это затраченными. [5, с. 53].

Таким образом, «эффективность» — это в первую очередь результативность процесса. Под «эффективностью системы управления» необходимо понимать результат её функционирования, обеспечивающий организации в условиях конкуренции достижение поставленных целей при минимальных затратах на управление. Эффективность управления представляет собой результативность деятельности конкретной управляющей системы, которая прослеживается в различных показателях объекта управления и управленческой деятельности (субъекта управления) [6, с. 6—11].

Не стоит забывать, что сотрудники одной и той же компании различаются по уровню компетентности и эффективности результатов своей работы. Оценка эффективности работы персонала, как правило, направлена на решение ряда важных задач: достижение высокого уровня результативности сотрудниками организации, повышение эффективности использования трудового потенциала, а так же, установление зависимости между оплатой труда сотрудников и эффективностью их труда. Отечественные исследователи в области управления персоналом расхо-

дятся в подходах к сущности и пониманию оценки персонала. Так, например, А. Кибанов и И. Макарова считали, что оценка персонала позволяет выявить соответствие индивидуальных характеристик персонала, а именно, мотивационных установок, соответствие способностей сотрудников требованиям, предъявляемым к определенной должности. Схожим мнением обладает В. Кафидов. По его мнению, оценка персонала необходима для определения соответствия персональным качеств сотрудника, количественных и качественных результатов его деятельности установленным требованиям к должностным обязанностям [7, с. 55].

Анализ и оценка результатов содержания выполняемых процессов трудовой деятельности, действующих в организации, служит экономической основой для совершенствования управления трудовыми ресурсами. Таким образом, для определения эффективности системы управления персоналом, необходимо определить показатели, позволяющие произвести такую оценку. Это можно сделать определив комплексные показатели, которые бы учитывали не только экономические но и социальные результаты деятельности организации.

Оценка эффективности управления персоналом производится субъективно, поскольку отсутствует четкая методика такой оценки. Чаще всего, исследователей интересует оценка производительности. На первый взгляд такая оценка и должна определять эффективность, однако не учитывается «человеческий фактор». Количественные методы оценки невозможно применить к оценке системы управления, поскольку она изначально рассматривается как качественная.

Анализ существующих теоретических исследований позволяет выделить три подхода к определению критериев эффективности управления персоналом:

— Критериями служат конечные результаты производства. Такими показателями могут быть: прибыль, рентабельность, дивиденды.

— Критерии отражают результативность и сложность человеческого труда. К таким показателям можно отнести: производительность труда (выработка на одного рабочего), темпы роста производительности труда, удельный вес зарплаты в себестоимости продукции.

— Критерии определяются социально-психологическим климатом в трудовом коллективе, а так же организацией и мотивацией труда. Критериальными показателями в данном случае могут быть: уровень квалификации персонала, текучесть кадров, затраты на обучение сотрудников, затраты на социальные программы и многое другое.

Опираясь на уже существующие теоретические данные перечислим показатели эффективности управления персоналом, которые в среднем подходят для большинства коммерческих организаций:

1. Экономическая эффективность, то есть эффективность результатов деятельности организации. К таким относятся: прибыль, производительность, рост оборота;

2. Материальная эффективность. Например: отклонения от плана, брак, рекламации, своевременность поставок;

3. Нематериальная эффективность. Например: точность и время решения проблемы, скорость перехода к инновациям, определенность цели, качество и своевременность информации;

4. Степень удовлетворённости трудом. Например: инициатива, доля потерь рабочего времени, способность брать на себя ответственность, соответствие организационных и личных целей;

5. Социально-психологический климат, то есть готовность к кооперации, конфликты, уважение, доверие, групповая сплоченность, взаимоотношения с коллегами и руководством;

6. Затраты на персонал за рассматриваемый период.

При анализе перечисленных показателей ясно, что социальная и экономическая эффективность тесно связаны между собой. Они могут дополнять и усиливать друг друга, поэтому важно проводить оптимизацию социальной эффективности на базе эффективности экономической.

Конечно же, рассмотренная система показателей нуждается в доработке согласно особенностей организации для которой она будет применена. При выборе показателей, так же, следует учитывать для каких конкретных задач используются результаты оценки. То есть, необходима разработка комплексного подхода для конкретной компании. Это позволит объективно оценивать эффективность управления персоналом согласно организационных целей конкретной компании и учитывая специфику её деятельности.

М. Амстронг уделил огромное внимание рассмотрению вопроса управления человеческими ресурсами. Согласно М. Амстронгу, целью управления эффективностью труда является установление культуры высокоэффективной работы, при котором сотрудники и команды берут на себя ответственность за постоянное совершенствование своей работы, а так же за совершенствование своих навыков. То есть, управление эффективностью труда — это систематический процесс совершенствования организационных показателей труда за счет улучшения показателей труда отдельных сотрудников и групп. В итоге, необходимо чтобы, цели отдельных сотрудников соответствовали целям организации [2, с. 470].

Эту же мысль прекрасно выразил Флетчер: общее видение цели и задач организации помогает каждому сотруднику понимать свою роль в общем вкладе и таким образом управляет эффективностью труда не только отдельных сотрудников, но и организации в целом [2, с. 472].

Следует так же отметить, что управление эффективностью работы персонала — это не разовая процедура, это процесс, ежедневный и кропотливый труд не только высшего руководства, но и линейных менеджеров.

Эффективное управление персоналом имеет дело с управлением ожиданиями, а именно, с пониманием того, что необходимо для улучшения показателей труда и как

этого можно достичь. Необходимо нахождение наилучших организационных форм, методов и технологий управления деятельностью трудового коллектива в целях достижения определенных результатов в соответствии с заданными критериями.

Итак, конкурентные преимущества организации создаются путём повышения уровня ответственности и компетентности её сотрудников. Квалифицированный и правильно мотивированный персонал организации, умеющий принимать самостоятельные решения и нести за них соответствующую ответственность, является уже стратегически важным ресурсом. Развитие предпринимательской структуры во многом зависит не только от интеллектуального потенциала его сотрудников, но и их самоотдачей, творческим подходом и энтузиазмом, с которым они выполняют свои обязанности.

Повышение эффективности каждого отдельного сотрудника приводит к повышению эффективности группы

(отдела или подразделения). Как только количество высокоэффективных сотрудников достигнет наивысшей точки, произойдёт скачок повышения эффективности всей компании, следовательно, можно ожидать перехода на качественно новый уровень деятельности организации. Задача руководителя в таком случае состоит в необходимости создания соответствующих условий деятельности трудовому коллективу для перехода от количества к качеству.

В заключении следует отметить, что улучшение эффективности управления персоналом и оценка этой эффективности, безусловно, целесообразна и просто необходима в условиях современной экономики. Осуществляя оценку эффективности управления, появляется возможность увидеть объективное положение компании и необходимость внесения коррективов в её функционирование. Кроме того, появляется возможность совершенствования качества и результатов труда работников и повышения тем самым конкурентоспособности организации.

Литература:

1. Армстронг, М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: [Пер. с англ.] / Майкл Армстронг. — М: ИНФРА-М, 2002. — 327 с.
2. Армстронг-Смит, М. Практика управления человеческими ресурсами: учебник для слушателей, обучающихся по программе «Мастер делового администрирования» / Майкл Армстронг; [пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина]. — 10-е изд. — Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2012. — 846 с.
3. Глотова, А. В. Стили и методы руководства в управлении персоналом. Москва, Лаборатория книги, 2011.
4. «Генеральный директор. Персональный журнал руководителя» № 12 (108), 2014.
5. Реполенко, Л. П. Методы эффективного управления персоналом. Москва: Лаборатория книги, 2011
6. Современные проблемы экономического и социального развития: межвузовский сборник научных трудов. 2007 г. Вып. 3.
7. Журнал «Человек и труд» № 10/2013.

Современное состояние технологических парков: мировой опыт и российские проблемы

Лебедева Александра Вячеславовна, магистрант
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

На сегодняшний день у России нет более важной и значимой задачи, чем поднять экономику страны с колен, и сдвинуться с места. Необходимо запускать производство, создавая наилучшие условия для инновационного процесса в целом и для достижения эффективных экономических показателей. На этом этапе и возникает острая необходимость сближения с научной сферой деятельности. Все те замыслы, наработки и положения, что формируются в сфере науки, незамедлительно должны доходить до производства и выливаться в конечный продукт, то есть становится инновацией. Но для этого нужно сокращать такой временной показатель, как ТАТ (turn around time — «успевай поворачиваться»). Под этим показателем пони-

мается временные затраты с момента осознания потребности или спроса на совершенно новый и до сегодняшнего дня неизвестный продукт (новацию) до момента отправки его на рынок, потребителю. К сожалению, в нашей стране этот показатель довольно высок, что влечет за собой снижение спроса и интереса ко времени выпуска инновации на рынки, а это влияет на огромные материальные потери со стороны всего производственного процесса. Снизить ТАТ и ускорить инновационный цикл возможно при грамотном совмещении и объединении работ ученых и технологов. Еще одной важной проблемой для развития инноваций в России является факт того, что большинство новаций даже не доходит до стадии производства, что яв-

ляется губительным факторов в развитии инновационной сферы как части экономики страны. Происходит это, в основном, потому, что громадная отечественная промышленность, как элемент основного потребления инноваций на рынке, не имеет практически никаких ресурсов для освоения новых видов технологий и продуктов. Также далеки от идеала нормативная база и налоговое законодательство, никак не стимулирующие инновации, а отсутствие спроса на них делает бесполезными всяческие научные исследования. Именно поэтому глобальной проблемой развития технопарков, исследовательских парков и любых других учреждений, которые тем или иным образом связаны с развитием инноваций и науки, важно и нужно заниматься.

Для изменения сложившейся ситуации, следует надлежащим образом развивать малое предпринимательство, всячески его поддерживать и создавать все условия для развития науки и технологии в нем. Как показывает зарубежный опыт, именно этот сектор производителей очень быстро развивается, не требует огромных капиталовложений, берется реализовывать самые смелые и рискованные идеи, и, наконец, именно в малом бизнесе довольно часто сам создатель новации становится участником инновационного процесса, что значительно сокращает сроки ее реализации. Таким образом, в настоящее время важно сделать ставку не иначе, как на ускоренное развитие малого бизнеса, что позволит привлечь к реализации новаций промышленное производство, а также быстро сформировать спрос на знания, создаваемые в России в сфере науки.

Но, тем не менее, количество технологических парков в Российской Федерации растет с каждым днем, а средства, вложенные в их развития, насчитывают десятки миллиардов рублей. И даже не смотря на то, что большинство бизнес-инкубаторов и научных парков признаны успешными показателями национальной ситуации в экономике страны, проблем с ними по-прежнему хватает. Они связаны и с отсутствием конкурса при попадании резидентов на работу в технопарки, и отсутствием всевозможных стандартов деятельности технопарков, и дефицит необходимых сервисов внутри технопарков и так далее. Осветили данные проблемы на Третьем международном саммите технопарков и бизнес-инкубаторов, организаторами которых выступили НИУ Высшая школа экономики, Научный парк МГУ и технопарк «Сколково».

На сегодняшний день в Российской Федерации функционирует свыше 300 разнообразных по своей отраслевой деятельности технологических парков и бизнес-инкубаторов, и большая часть из них создавалась на основе бюджетных средств. По полученным в ходе данного научного исследования информационным выкладкам, за последние годы в инфраструктуру таких научных объектов инвестировано более 15 млрд. рублей. Во всем мире технологические парки создаются с целью обеспечения ускоренного роста инновационных компаний в наиболее важных для конкретной страны отраслях. Самыми яркими и успешными мировыми примерами бизнес-инкубаторов и техно-

логических парков являются Hong Kong Science and Technology Parks (Гонконг) Corporation, Research Triangle Park (США, штат Северная Каролина). В этот список также необходимо добавить самый известный и высокотехнологичный бизнес-инкубатор мира, куда и по сей день стремятся попасть профессионалы всего мира — это Silicon Valley (Силиконовая Долина, США, штат Калифорния). Технологические парки представляют собой ту самую необходимую среду, благодаря которой в течение десятков лет молодые корпорации, фирмы и производства реализуют глобальные масштабы своей деятельности, создают новые рабочие места для потенциальных высококвалифицированных кадров, а также создают стратегически важные для конкретно взятого региона продукты и услуги. Но, к сожалению, так картина выглядит лишь в идеале. На самом же деле, результаты деятельности отечественных технологических парков далеки от совершенства и находятся только в начале своего жизненного пути. Традиция создания подобных парков в России относительно молода, оттого и вложенные на входе средства не всегда оправдывают возложенные ожидания на выходе.

Также в России выделяют ряд следующих проблем, которые необходимо решать всеми возможными и невозможными способами, но пока их не удастся разрешить полностью:

— во-первых, как уже говорилось выше, для работы в технологические парки и бизнес-инкубаторы берут всех желающих, то есть практически отсутствует конкурс. По словам директора департамента стратегических коммуникаций РВК Евгения Кузнецова, среди основных проблем развития отечественных технопарков выделяется самая главная — недостаточное количество стартапов, именно поэтому для работы принимаются любые специалисты; технопарки вынуждены «хвататься» за любую деятельность, чтобы как-то выжить. Дабы уладить проблему нужно повышать конкурс. Для сравнения: в странах Европы конкурс, в среднем, составляет 10, а то и более проектов на место;

— во-вторых, следующая проблема, с которой сталкиваются технологические парки — это нехватка экспертизы. Считается, что им не хватает квалифицированных оценщиков и экспертов, готовых грамотно и глубоко проанализировать, а также проработать именно те предлагаемые стартапы, которые к ним поступают;

— в-третьих, сегодня в Российской Федерации нет особых четких правил, по которым было бы возможно классифицировать технопарки и бизнес-инкубаторы. У нас до сих пор под технологическими парками понимаются особые и разного рода образования. Умы людей еще не адаптировались к правильному восприятию данных понятий. Поэтому очень важно серьезно задуматься об индустриальных стандартах хотя бы для того, чтобы государство со стороны заказчика понимало, с кем оно имеет дело и каких результатов в итоге ждет. По статистике, составленной в ходе исследований компании Ernst&Young, только в Москве при университетах и иных высших

учебных заведениях функционирует около 40 организаций, обозначающих себя как технологические парки — 90% из них не располагают необходимым имущественным комплексом, стартапами и резидентами. Поэтому на сегодняшний день важно заострять внимание на стандартизации деятельности технопарков и бизнес-инкубаторов, а также контролю за выполнением этих стандартов; формировать их (стандарты) на уровне городов, регионов и федерации в целом;

— в-четвертых, вопрос, связанный с острым дефицитом всевозможных сервисов в научных парках: 65–70% от общей прибыли технопарки сегодня получают от сдачи помещений в аренду. Исходя из приведенных статистических данных РВК, резиденты многочисленных бизнес-инкубаторов чувствуют огромную нехватку лабораторных, производственных и складских помещений. Предприниматели просто вынуждены закупать дорогостоящее оборудование и материалы, собственноручно заниматься поиском возможностей аренды помещений вне стен инкубаторов и технологических парков, а также совершать переезды в те бизнес-парки и инкубаторы, где данные вопросы решены (зачастую, за пределы нашей страны);

и, наконец, в-пятых, существенной проблемой является недогрузка уже имеющегося оборудования и простой арендуемых площадей: происходит работа себе в убыток (амортизационные издержки). При этом для решения поставленных задач, для которых закупалось оборудование, по большей части не требуется постоянное использование приборов во время всего рабочего дня. А для многих оте-

чественных технопарков до сих пор актуальным является факт предоставления резидентам базового набора оргтехники.

В последние годы наше государство и всяческие бизнес-сообщества страны стали расставлять акценты на необходимости создания в стране частных технологических инкубаторов, без участия бюджетных средств из тех соображений, что деньги тратятся впустую. Но все же, это не так. Государству нужно пересмотреть ведение своей политики по отношению к сфере инноваций и предоставить все условия для ведения комфортного бизнеса. Однако, по оценкам Ассоциации технопарков, интерес к созданию частных технопарков все же возрастает, и бизнесмены готовы развивать данную отрасль научной деятельности, но им пока не хватает нужного набора компетенций и опыта реализации подобных проектов. Поэтому руководство страны всячески старается привлекать сторонних собственников и управленцев технопарков к различным образовательным мероприятиям. Сегодня в Москве сформировано 10 площадок, на базе которых создается инфраструктура под бизнес-инкубаторы, технологические парки, технополисы. В ближайших планах у властей РФ внести поправки, касающиеся ведения деятельности технопарков и бизнес-инкубаторов.

В России уже создано около 30 частных организаций, некоторые из которых находятся в Москве (несколько объектов в Сколково, технополис «Элма» в основном базируется в Зеленограде, но некоторые объекты располагаются в Москве).

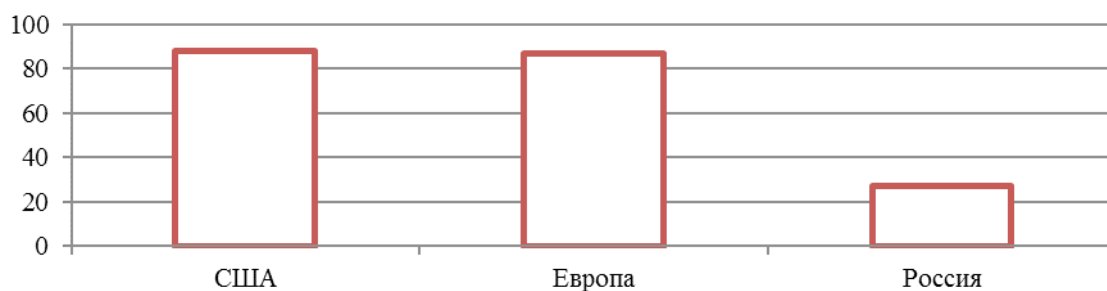


Рис. 1. Выживаемость резидентов после прохождения программ инкубации

Как видно по данным рисунка 1, в России приживаемость программы инкубации весьма низко выражена по сравнению с США и странами Европы, между которыми довольно маленький разрыв. Возможно, это связано с неготовностью принять что-то новое и действовать в сложившихся условиях современной экономики, ведь наша страна много лет пытается перенять зарубежный опыт, но он не вписывается в рамки нашего понимания мира, нашего менталитета, национальных традиций ведения бизнеса и устоявшихся норм поведения на мировом рынке.

О том, что Россия действительно очень нуждается в технологических парках, заговорили уже более 15 лет назад. Но скорее даже не в технопарках, а бизнес-инкубаторах, в

которых создаются все льготные условия для молодых умов, дающих сил для независимого существования проектов этих ученых. Вставшие на ноги разработчики должны покидать подобные инкубаторы и давать возможность работать новым ученым на уже созданных местах. Тем самым создается, так называемый, конвейер с беспрерывным потоком все новых и новых бизнес-идей с последующей разработкой. Подобные бизнес-инкубаторы уже реализуются на территориях российских ВУЗов, например, в МГУ или НИУ ВШЭ, но этого недостаточно. Подобные организации не дают заметного импульса к развитию высокотехнологического бизнеса. По большей части, они превратились в офисные центры с умеренной арендной платой и своеобразными

обязательствами перед ВУЗами, давшими им возможность работать над своими проектами. Кроме того, все без исключения технопарки имеют ограничения по площади, так как размещены на территории других организаций и не предполагают строительства жилых помещений, что также неблагоприятно сказывается на развитии технологических парков. Во всем мире уже давно существует практика создания всех необходимых инфраструктур внутри технопарков: строительство жилых домов, школ, магазинов, благодаря которым ученые смогут посвящать больше времени науке и не тратить огромных усилий для того, чтобы добраться до технополисов и технопарков (как известно, большинство из них находятся далеко от «цтвтизации», в основном, на окраинах). Решение данного вопроса значительно облегчило бы жизнь ученым и сделало более продуктивной работу над их бизнес-проектами.

Проводя сравнительный анализ современного состояния в плане развития технологических парков в России и на мировом уровне, можно выявить огромное количество проблем, с которыми сталкивается отечественная наука, решение которых откладывать ни в коем случае нельзя.

Литература:

1. Вячеслав Щербин. Инфраструктурные составляющие инновационной экономики. — М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2012. — 292 с.
2. Зубарева Инна. Государственно-частное партнерство / И. Зубарева // Российская бизнес-газета. — 2014. — № 951 (22). с. 34–39.
3. Лафитский, Л. К. Технопарки в инфраструктуре инновационного развития. — М.: Инфра-М, Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, 2016. — 246 с.
4. Мальцева, А. А. Мировые тенденции развития технопарковых структур: выборочный анализ / А. А. Мальцева, В. А. Чевычелов // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. — 2013. — № 2. — с. 29–42.
5. Мацкевич, В. Ч. Оценка эффективности инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности на примере технопарка / В. Ч. Мацкевич // Всероссийский журнал научных публикаций. — 2012. № 3 (13). с. 24–26 с.
6. Мухамедьяров, А. М. Инновационный менеджмент. М.: ДРОФА, 2014. — 192 с.
7. Шевченко, Е. Г. Эволюция технопарков в системе государственной поддержки малого инновационного предпринимательства / Е. Г. Шевченко // Всероссийский журнал научных публикаций. — 2012. — № 1 (11). с. 38–41.
8. Электронный ресурс Режим доступа: <http://www.rvc.ru/analytics/>

Режимы налогообложения малого бизнеса

Логвинова Елена Сергеевна, магистр;

Плахов Артем Владимирович, кандидат экономических наук, доцент

Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

Малый бизнес — это бизнес, который осуществляется в малых формах и опирается на предпринимательскую деятельность мелких и средних частных предпринимателей.

Малый бизнес играет важную роль в развитии экономики любого государства, поскольку благодаря ему по-

Мы живем в XXI веке, требующем быстрой адаптации к постоянным изменениям условий в экономике, политике и любых других сферах жизнедеятельности, поэтому крайне необходимо успевать за технологическим прогрессом и занимать лидирующие позиции в научной сфере. Таким образом, процесс зарождения и развития технопарков не должен обойти Россию с ее достаточно сложной экономической ситуацией. Одним из способов выхода из сложившегося кризиса является опора на отечественную науку и наукоемкое производство. В связи с этим технопарки могут сыграть одну из важнейших ролей в этом процессе. Да, несомненно, мы не так давно начали развиваться и вставать с колен, но я верю, что настанет день и наша огромная родина снова будет блистать своими лучшими умами и лучшими проектами, как это было во времена Советского Союза, и далеко не за рубежом, а внутри нашей безграничной и полной необходимых ресурсов страны. Дайте возможность современной молодежи развиваться, создайте все условия для осуществления научной деятельности, поддерживайте наши творческие порывы — и мы достигнем невероятных результатов.

являются новые рабочие места, отчисляются налоги, создаются новые виды продукции и услуг, предлагаемые конечному потребителю, формируется конкурентная среда. Малый бизнес, как правило, использует местное сырье для производства, он способствует ускоренному развитию различных отраслей и при этом проявляет гиб-

кость при изменениях в сфере экономики государства, его легче перестроить и модернизировать, чем крупное предприятие.

Плюсы малого предпринимательства очевидны, поэтому государство заинтересовано в его поддержке и развитии, в этом аспекте большое значение имеет помощь на уровне налогообложения.

Итак, на данный момент в Российской Федерации существует 5 режимов налогообложения, один из них может выбрать начинающий предприниматель.

1. Общий режим налогообложения предполагает достаточно сложную бухгалтерскую отчетность и уплату всех видов налогов (налог на имущество, налог на прибыль, НДС (0%, 10% или 18%)), уплату НДФЛ с заработной платы наемных рабочих, а также взносы в пенсионный фонд и фонд социального страхования. Кроме того сдача Деклараций по налогам на прибыль и по НДС.

2. Упрощенная система налогообложения (УСН) предназначена для помощи малому бизнесу, отчетность не такая сложная, да и имеется ряд послаблений. Индивидуальные предприниматели могут сами выбрать, каким способом им уплачивать единственный налог: налог на «доход» — 6%–1% или налог «доход-расход» — 15%–5% (процентная ставка зависит от региона). Государство приняло решение о возможности снижения процентных ставок с согласия региональных властей и увеличения лимита дохода, с 2016 года организации, имеющие представительства (не филиалы) в других регионах, имеют право работать по (УСН), вводится новая форма Декларации, *НДС перестал учитываться при исчислении налогов к уплате*. Кроме этого государство предлагает введение «налоговых каникул». Налоговые каникулы — установленный законодательно срок, в течение которого, впервые зарегистрированные ИП на УСН или ПСН, могут применять нулевые налоговые ставки, установленные в связи с принятием ФЗ от 29.12.2014 г № 477-ФЗ о внесении изменений в ч. 2 НК РФ. Налоговые каникулы предоставляются сроком до 2 лет, это означает, что индивидуальные предприниматели, желающие начать свою деятельность, будут освобождены от уплаты налогов на данный период времени и смогут использовать денежные средства на развитие своего бизнеса.

3. Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) — 15%, предполагает также простую бухгалтерскую отчетность с уплатой фиксированного налога на доход в зависимости от вида деятельности (п. 2. ст. 346.26 НК РФ) [1]. Региональные власти получили возможность снизить налоговую ставку ЕНВД с 15% до 7,5% на свое усмотрение, в связи с этим изменилась и форма Декларации для ЕНВД.

4. Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН). Ставка ЕСХН составляет 6% с «доходов — расходы». Налог уплачивается дважды в год, а отчетность ведется по более упрощенной схеме и сдается один раз в год по окончании налогового периода. Одним из условий возможности применения ЕСХН является то, что доход от сель-

скохозяйственной деятельности должен составлять не менее 70% от общих доходов. С 2016 г. НДС не влияет на расчет налогов.

5. Патентная система налогообложения (ПСН). Патентную систему налогообложения можно применять только для ограниченного списка видов предпринимательской деятельности, который установлен законодательно. Суть данного режима состоит в том, что ИП покупает патент на определенный срок (от месяца до года) и освобождается от уплаты любых налогов и сдачи налоговой отчетности. Единственное условие — вовремя оплатить патент. Стоимость патента рассчитывается региональными властями исходя из потенциальной прибыли, которую можно получить при ведении определенного вида деятельности.

Разумеется, при таком режиме налогообложения существуют ограничения: количество сотрудников — не более 15 человек, максимальная сумма прибыли в год устанавливается местными властями. Использование ККТ не обязательно, но нужно вести книгу учета доходов и расходов. Чтобы иметь возможность работать в других регионах, нужно покупать отдельные патенты. [2]

В последнее время на государственном уровне особое внимание уделяется доходам бюджетной системы Российской Федерации от субъектов малого бизнеса. Это обстоятельство вызвано тем, что субъекты малого бизнеса являются основным элементом рыночной экономики, поскольку входят в структуру современной модели свободного рыночного хозяйства и оказывают существенное влияние: как на темпы экономического роста, так и на состав и динамику валового внутреннего продукта. [4]

Бизнесмен может выбрать любой режим налогообложения в зависимости от вида деятельности предприятия, его объемов и если он сделал это корректно, вовремя сдает отчетность и уплачивает все необходимые налоги, не скрывая дополнительных доходов, то его бизнес будет развиваться успешно.

Итак, мы рассмотрели все возможные режимы налогообложения в РФ и виды налогов, которые уплачиваются начинающим предпринимателем в каждом из режимов, но к сожалению, даже такая поддержка государства не ведет к глобальному росту и процветанию малого бизнеса, поскольку налоговые сборы все же высоки для вновь образовавшихся предприятий с небольшим капиталом, также сами создатели бизнеса не всегда компетентны в организационных вопросах и боятся вкладывать денежные средства в свое дело. А вот крупный бизнес, наоборот, пользуется всеми благами, чтобы сократить налоговые расходы крупные предприятия начинают массовую реорганизацию.

Чтобы предотвратить такое развитие событий, необходимо стремиться к понижению налоговых ставок, повышению информированности населения по вопросам создания и ведения малого бизнеса и, конечно же, корректировать законодательную базу в сфере поддержки малого и среднего бизнеса на всех уровнях.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая.
2. Налоги ИП в 2016 году: какие налоги платит ИП [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://investingclub.ru/nalogi-ip-usno-envd-osno.html#contents-cc203b025cf3a49427ecffd30ef22960>
3. Государственная политика в сфере налогового регулирования деятельности малого и среднего бизнеса. Дивина Л. Э. / Российское предпринимательство. 2013. № 20 (242) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bgscience.ru/lib/8289/>
4. Мазур, Л. В., Плахов А. В. Налогообложение малого бизнеса и доходы бюджетной системы РФ // Вестник ОрелГИЭТ. 2015. № 2 (32). с. 154–159.

Классификация предприятий общественного питания

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Московский государственный институт культуры

Ярилина Елена Евгеньевна, магистрант
Московский гуманитарный университет

На наш взгляд, специфика предоставляемых услуг зависит от типа и класса предприятия питания. Мы считаем важным рассмотреть классификацию ресторанов, так как на наш взгляд, она является одной из специфических черт ресторанного бизнеса. Трудность нашего исследования заключается и в том, что нет единой разработанной классификации предприятий общественного питания. Каждая страна публикует и разрабатывает свои собственные правила, параметры соответствия и стандарты. Иногда параметры соответствия могут различаться от одного региона к другому в пределах одной страны. Разработка классификации гостиниц и ресторанов является французским изобретением 1937 года. Введение классификации получило поддержку со стороны французского правительства, и представляло собой перечень требований, которые должен выполнять работник туристической отрасли. Главной задачей было: привести к единым нормам стандарт гигиены, комфорт, качество услуги и цену на один уровень, на котором потребитель будет получать услугу равную цене.

В 80-е годы 20-го века вопрос качества стал особенно острым, так как на рынке предлагали настолько большой ассортимент продукции, что потребитель растерялся и затруднялся сделать выбор. Непосредственно в данный период Международная организация (ISO) впервые выпустила ряд стандартов. В них сформулированы требования к предприятию, которое выходит на рынок. ISO опиралась на то, что 100%-й контроль всей продукции на предприятии невозможно провести. Однако, имеется возможность выделить некоторые требования к системе качества предприятия, чтобы в дальнейшем быть уверенным, что-то или иное предприятие в состоянии длительное время стабильно выпускать продукцию с заданными свойствами. Российская Федерация переняла положительный опыт зарубежных коллег и разработала аутентичную программу по стандартизации — ГОСТ.

Государственный стандарт (ГОСТ) — это стандарт, принятый Государственным комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации (Госстандарт России), описывающий нормы, правила, требования, предъявляемые к товару на территории нашей страны [5, с. 27].

С 1 сентября 2011 года, все ГОСТы носят рекомендательный характер. Единственным исключением является производственные и другие сферы, которые напрямую касаются жизни и здоровья людей. Стандарт может быть разработан как на материальные предметы (продукцию, образцы веществ), так и на нормы, правила, требования в различных областях. Согласно Государственному стандарту РФ (ГОСТ Р 50647–2010) [1] «Услуги общественного питания. Термины и определения» выделяют 22 типа предприятий питания. Вот некоторые из них:

— Ресторан — предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров.

— Кафе — предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.

— Бар — предприятие (объект) питания, оборудованное барной стойкой и реализующее, в зависимости от специализации, алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, блюда, хо-

лодные и горячие закуски в ограниченном ассортименте, покупные товары.

— Буфет — предприятие (объект) общественного питания, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные и горячие блюда, закуски, мучные кулинарные, хлебобулочные и кондитерские изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.

— Кафетерий — предприятие (объект) общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки, прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, хлебобулочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления и покупные товары.

— Столовая предприятие (объект) общественного питания, осуществляющее приготовление и реализацию с потреблением на месте разнообразных блюд и кулинарных изделий в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

— Закусочная — предприятие (объект) питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров.

— Магазин (отдел) кулинарии — магазин (отдел) по реализации населению продукции общественного питания в виде кулинарных изделий, полуфабрикатов, кондитерских и хлебобулочных изделий.

К сожалению, рассмотреть все типы предприятий общественного питания в данной работе невозможно, так как тема исследования нашей работы заключается в изучение предприятия типа — ресторан.

Число определений понятия «ресторан» по нашим подсчетам не велико, примерно от трех до пяти разных определений. Все высказывания достаточно однозначны. Одни исследователи видят в ресторане «хорошо обставленную столовую» [5, с. 56] другие утверждают, что ресторан есть «предприятие общественного питания с высоким уровнем обслуживания» [3, с. 29]. В научном мире понятие «ресторан» трактуется как «настоящий, живой организм» [2, с. 5]. Под ресторанным бизнесом, мы понимаем сферу деятельности, связанная с организацией и управлением предприятием общественного питания, сфера, направленная на удовлетворение разнообразных и широких потребностей людей во вкусной, разнообразной и здоровой пище, а также — в получении прибыли [2, с. 7].

Существуют различные методы классификации ресторанов, однако в данной магистерской работе, мы хотели бы остановиться на трех самых распространенных как в России, так и за её пределами.

По ГОСТ. В России рестораны в зависимости от уровня обслуживания и степени оснащённости, объема предоставляемых услуг подразделяются на три класса (ГОСТ

P50762—95) [1]. — «люкс», «высший» и «первый» Класс предприятия общественного питания характеризует качество услуг, уровень и условия обслуживания.

Для класса люкс свойственна изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей — для баров.

Отличительной чертой высшего класса является оригинальность интерьера, выбор услуг, комфортность, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей — для баров.

А первому классу характерна гармоничность, комфортность и выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий и напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления, в т. ч. заказных и фирменных — для баров.

Помимо типов и классности, предприятия общественного питания могут подразделяться:

- по организации производства продукции общественного питания;
- по времени функционирования;
- по месторасположению;
- по ассортименту реализуемой продукции — рыбный, пивной; с национальной кухней или кухней зарубежных стран;
- по характеру деятельности;
- по месту расположения — ресторан при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон-ресторан и др.

По мнению, Генерального директора ресторана «Турандор» Ольги Семановой, описанная классификация в Государственном стандарте помогает решать в сфере ресторанного бизнеса следующие вопросы:

- регулирует отношения государства с предприятиями общественного питания, выдает разрешения на эксплуатацию от СЭС, пожарной службы пр.
- помогает инвесторам оценить глубину рынка и эффективность ценообразования.
- дает возможность потребителю сориентироваться в сложной иерархии предприятий, а также помогает понять требования, предъявляемые к тому или иному типу заведения.

По количеству звёзд. Классифицировать рестораны по количеству звёзд стали с 1931 г., тогда Гид Мишлен награждал лучший ресторан первой звездой. Позже классификация ресторанов была дополнена двумя и тремя звёздами. Когда мы говорим о «Мишлен», подразумеваем «Красный» справочник, в который входит информация о лучших отелях и ресторанах, ведь знаменитые звезды раздает именно «Красный». Кроме него, существует еще и «Зеленый» (туризм и достопримечательности), а также несколько побочных изданий. Отличительным знаком Мишлен является — скрещенные ножи и вилки, числом

до пяти, которыми отмечается качество каждого ресторана (которое должно быть само по себе достаточно высоким для того, чтобы удостоиться упоминания в знаменитом справочнике). Но главным призом, за который бьются все без исключения рестораторы мира, являются все же звезды. В ресторан, удостоенный звезд, тут же устремляются гурманы со всей Европы, так что записываться туда порой приходится за несколько месяцев.

Начиная с 1933 г., в путеводителе закрепились следующая классификация [6, с. 110]:

* (une étoile): très bon restaurant dans sa catégorie (очень хороший ресторан в своей категории, имеется ввиду тип кухни);

** (deux étoiles): excellente cuisine, mérite le détour (отличная кухня, ради ресторана имеет смысл сделать небольшое отступление от маршрута);

*** (trois étoiles): cuisine exceptionnelle, incontournable (великолепная работа шеф-повара, имеет смысл предпринять отдельное путешествие сюда). Число трехзвездочных ресторанов очень мало (19 в 1931 г., 23 в 1933 г., 12 в 2014 г. и 26 в 2016 г.), что свидетельствует о качественном отборе [6, с. 100].

Секретом долголетия и популярности Гюда Мишлен является его постоянная адаптация, меняющаяся в соответствии со вкусами потребителей. Важно заметить, что изначально созданный как руководство для автолюбителей среднего класса, он стал неотъемлемым помощником и для людей, ценителей не только исторических достопримечательностей, но и высокой кухни. Гид Мишлен является качественной коммерческой продукцией, которая продается в количестве 3 миллионов копий в год, благодаря своей авторитетности на рынке.

По ценам. Цена является важным критерием при выборе ресторана среди всех категорий граждан. Кто-то в силу затруднительного финансового положения не может позволить себе питаться в ресторанах с высоким цен-

ником и соответственно отдает предпочтение заведениям быстрого питания, другие же наоборот готовы платить за качество и ориентируют свое внимание на рестораны высокой кухни [4, с. 96].

Ценовая категория ресторана — оценивается по среднему чеку заведения. С точки зрения экспертов, рынок ресторанов можно разделить на 3 ценовые категории: эконом, бизнес и первый класс.

В заведениях общественного питания эконом-класса стандартный обед одного клиента обойдется примерно в 500 руб. Обычно, такие рестораны очень распространены в маленьких городах. Рестораны бизнес-класса предлагают своим клиентам большой выбор блюд, как правило европейской, местной кухни или авторской, приятную атмосферу, живую музыку [4, с. 97].

Все рестораны такого класса имеют фирменные блюда, которые можно отведать только в данном конкретном ресторане. Говоря о престижных ресторанах, или как их еще называют клубные, чаще всего располагаются в крупных городах, где есть достаточное количество людей, способных оценить такие заведения и не бояться цен. Рестораны первого класса обычно имеют свой круг клиентов, как правило, круг этот постоянен. К посетителям можно отнести крупных бизнесменов и политиков, кроме этого известные персоны. Обед в заведениях такого уровня может обойтись гостям в сумму до 1500 долларов, но как показывает практика такие цены не смущают их. Безусловно, такой размера чека обязывает ресторан иметь винную карту с коллекционными винами, блюда готовятся из наиболее качественных продуктов, этикет обслуживания учитывает самые малейшие капризы клиентов.

Таким образом, мы видим, что уровень ресторана формирует своеобразный круг клиентов. От уровня зависит и статус посетителей, чем выше уровень, тем выше требования.

Литература:

1. ГОСТ Р50762–95
2. Коцюба, Л. К. Соотношение традиций и новаций в истории ресторанного дела России (вторая половина XIX — начало XX века) [Текст]: автореф. дис... канд. ист. наук / Л. К. Коцюба. — М., 2006. — 23 с.
3. Кушнарева, В. С. Сервисная деятельность, — М.; Ставрополь: МИРАКЛЬ, 2013. — 176 с.
4. Макушева, О. Н. Анализ показателей ликвидности предприятий пищевой отрасли в условиях введения санкций на ввоз продуктов в РФ // Материалы III Международного научного конгресса «Предпринимательство и бизнес в условиях экономической нестабильности» Финансовый университет при Правительстве РФ. — 2015. — с. 95–97.
5. Энциклопедия терминов, определений и пояснений строительных материалов. / Под редакцией Ложкина В. П. Калининград. 2015–2016 г. — 109 с.
6. Collectif. La saga du Guide Michelin [Text] / Collectif. — Paris: Éditions Michelin et Cie, 2004. — 284 p.
7. Collectif. La Saga du Guide Michelin: de 1900 à aujourd'hui [Text] / Collectif. — Clermont-Ferrand: Éditions Michelin et Cie, 2004. — 190 p.
8. Francon, M. Le guide vert Michelin: l'invention du tourisme culturel populaire [Text] / M. Francon. — Paris: Edition Economica, 2001. — 289 p.

Повышение эффективности работы предприятия в период сезонного спада спроса на гостиничные услуги

Маленко Ольга Игоревна, магистр

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

В статье раскрываются тенденции рынка гостиничных услуг России. Представлена количественная характеристика влияния фактора сезонности на деятельность гостиничных предприятий. Предложена система мер по повышению эффективности деятельности гостиничного предприятия в условиях сезонного спада на услуги.

Ключевые слова: гостиничные услуги, сезонность спроса, спад, гостиничное предприятие, повышение эффективности

Improving the efficiency of the company in the period of seasonal recession of demand for hotel services

The article reveals tendencies of the market of hotel services of Russia. Presents a quantitative characterization of the influence of seasonality on activity of the hotel enterprises. The proposed system of measures on increase of efficiency of activities of the hotel enterprise in conditions of seasonal drop of services.

Keywords: hotel service, seasonality of demand, the decline in hotel business, improving efficiency

Рынок гостиничных услуг выполняет важные задачи в социально-экономическом развитии государства. Являясь частью туристско-рекреационной системы и индустрии гостеприимства, предприятия, оказывающие гостиничные услуги, обеспечивают потребителей возможностью проживания при временной смене постоянного места жительства. Анализ статистических данных по развитию данного рынка за последние десять лет в России (таблица 1) позволяет сделать вывод, что даже несмотря на кризисные явления в экономике, он стабильно рос. Доля рынка услуг гостиниц и иных средств размещения

составляет 2,3% от общего объема платных услуг населению в России.

Однако, в последние годы темпы роста рынка гостиничных услуг значительно сократились и в 2014–2015 гг. не превышали существенно уровня инфляции в стране. Снижение темпов роста рынка гостиничных услуг требует особого внимания предприятий данного рынка к вопросам повышения эффективности их функционирования.

Снижение темпов роста рынка гостиничных услуг в России в последние годы осложняется ещё одной из особенностей данного рынка, характерной для большинства

Таблица 1. Динамика услуг гостиниц и аналогичных средств размещения и их роль в совокупном объеме платных услуг населению в России в 2006–2015 гг. [7]

Годы	Объем платных услуг населению в России всего, млрд. руб.	Динамика объема платных услуг населению, в % к предыдущему году	Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, млрд. руб.	Динамика услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, в % к предыдущему году	Доля услуг гостиниц в общем объеме оказанных платных услуг населению, %
2006 г.	2798,9	23,2	74,7	24,4	2,7
2007 г.	3424,7	22,4	92,5	23,7	2,7
2008 г.	4079,6	19,1	107,5	16,3	2,6
2009 г.	4504,5	10,4	105,9	-1,5	2,4
2010 г.	4943,5	9,7	112,9	6,6	2,3
2011 г.	5540,7	12,1	125,5	11,2	2,3
2012 г.	6036,8	9,0	141,	12,3	2,3
2013 г.	6927,5	14,8	162,4	15,2	2,3
2014 г.	7467,5	7,8	175,7	8,2	2,4
2015 г.	8050,8	7,8	189,0	7,6	2,3

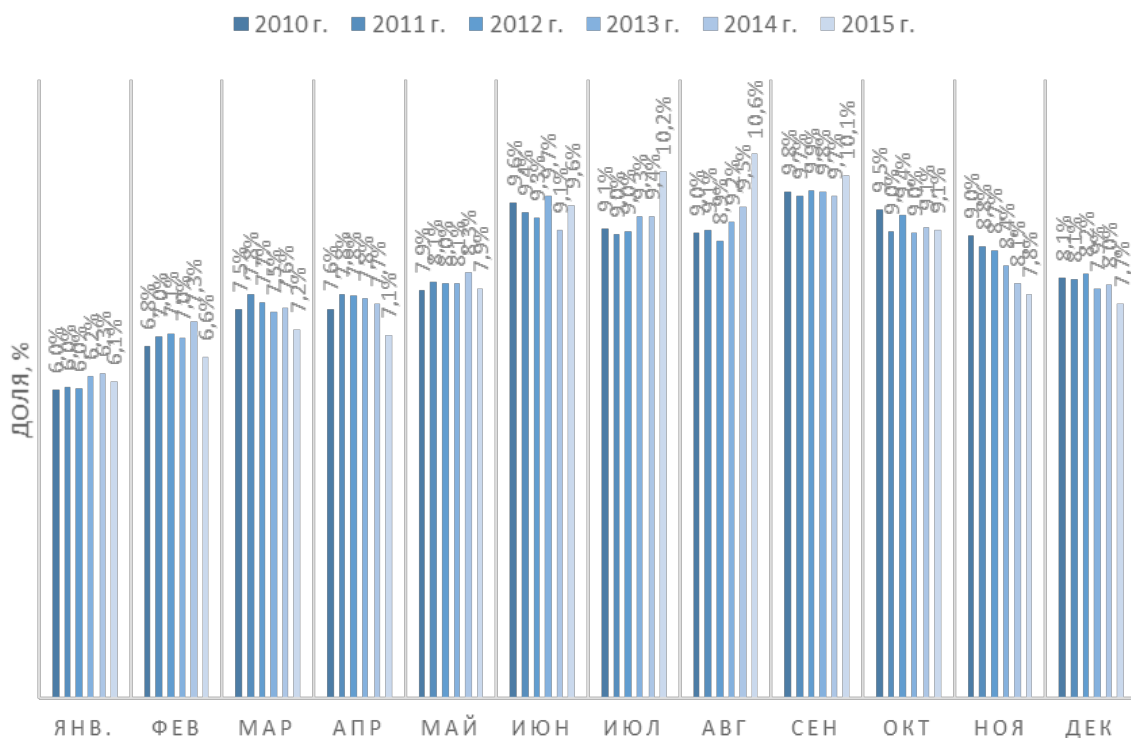


Рис. 1. Сезонность спроса на гостиничные услуги по доле оказанных услуг за месяц от общего объема оказанных услуг за год, % [6]

стран и территорий — сезонности спроса на гостиничные услуги.

Анализ данных по оказанию гостиничных услуг в России в помесечной разбивке за последние годы, результаты которого представлены на рисунке 1, наглядно подтверждает утверждение о выраженной сезонности спроса на гостиничные услуги.

Как видно, наименьшая активность потребителей наблюдается в первый и последний квартал года. Наиболее «высокий сезон» приходится на летние месяцы.

Проблемам функционирования гостиничных предприятий и повышения эффективности их деятельности в период спада спроса посвящено множество трудов исследователей. Анализ литературы, посвященной проблемам снижения фактора сезонности в деятельности гостиничных предприятий [1, 2, 3, 4, 5, 8, 9], позволяет сделать вывод, что авторы делят всю совокупность мер следующие:

1. Стимулирующие.
2. Направленные на снижение расходов.

Такой подход к выделению мер для повышения эффективности деятельности гостиничного предприятия, безусловно, имеет определенные основания и может быть отнесен к действенным. Однако, его основным недостатком является то, что предполагается принятие только оперативных мер — иными словами, специалисты уделяют недостаточно внимания мерам, направленным на профилактику и упреждение негативного влияния фактора сезонности на гостиничное предприятие.

Имея понимание особенностей изменения спроса на гостиничные услуги в течение года, предприятие должно

принимать ряд мер, которые можно разделить в зависимости от времени их принятия на упреждающие (профилактические) и текущие (оперативные). Принимаемые меры также будут зависеть от аспекта деятельности предприятия в соответствии с которым решается та или иная задача. Среди таких аспектов можно выделить:

- 1) Общие организационные и стратегические аспекты управления предприятием.
- 2) Финансы и экономика предприятия.
- 3) Маркетинговые аспекты деятельности предприятия.
- 4) Управление персоналом гостиницы.

С учётом сказанного, классификация мер, направленных на повышение эффективности гостиничного предприятия может быть представлена следующим образом (таблица 2).

Отметим, что представленная система мер реагирования на сезонность спроса в огромном множестве типов гостиничных предприятий, безусловно, не может считаться, во-первых, исчерпывающей, а, во-вторых, универсальной. Конкретный набор действий для повышения эффективности его функционирования в условиях сезонности спроса будет зависеть от следующих факторов:

1. Локации гостиничного предприятия, что связано с влиянием следующих условий:

- географических особенностей размещения гостиничного предприятия (к примеру, близость к мегаполисам может сократить негативное влияние сезонности спроса);
- природно-климатических условий на деятельность предприятия.

Таблица 2. Система мер по повышению эффективности гостиничного предприятия в связи с сезонным спадом на гостиничные услуги в зависимости от времени воздействия и аспекта его деятельности¹

Аспект деятельности гостиничного предприятия	Группы мер	
	Профилактические (упреждающие) меры	Текущие (оперативные) меры
Общие организационные и стратегические аспекты управления предприятием	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение закономерностей сезонности спроса для деятельности конкретного предприятия, функционирующего в условиях (социальных, природных, экономических) определенной локации. 2. Выделение причин низкого спроса и системы мер снижения его негативного влияния. 3. Построение моделей прогнозирования сезонности спроса. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка критичности влияния сезонности спроса на эффективность деятельности предприятия. 2. Изучение изменения структуры спроса в период спада. 3. Оценка стратегической целесообразности принятия мер по основным аспектам деятельности предприятия.
Финансы и экономика предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание резервных фондов на период спада спроса. 2. Планирование сокращения расходов на период спада спроса. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сокращение некритических статей расходов гостиничного предприятия. 2. Изменение структуры расходов в пользу стимулирующих мер (ценовые скидки, программы стимулирования спроса).
Маркетинговые аспекты деятельности предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение ассортимента предоставляемых услуг в период высокого сезона. 2. Поиск дополнительных рынков сбыта, в том числе в других локациях и регионах. 3. Повышение качества сервиса. 4. Внедрение долгосрочных программ лояльности. 5. Внедрение инновационных способов обслуживания клиентов. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Включение новых услуг в деятельность гостиницы. 2. Усиление рекламной активности. 3. Ввод стимулирующих мер: <ul style="list-style-type: none"> — ценовые скидки (для отдельных номеров, отдельных категорий клиентов, в определенные дни и др.); — использование купонов и сертификатов; — использование бонусных программ и программ лояльности. — стимулирование персонала за продажу дополнительных услуг. 4. Использование кобрендинговых мер.
Управление персоналом гостиницы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внедрение системы планирования персонала. 2. Заключение трудовых соглашений с ориентацией на сезонность спроса. 3. Обучение персонала способам продаж гостиничных услуг и сервиса в период низкого и высокого сезона. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сокращение персонала на период низкого сезона. 2. Использование агрессивных стратегий продаж гостиничного продукта.

¹ Составлено автором

2. Типа гостиничного предприятия по ценовым категориям:

- нижней ценовой категории;
- средней ценовой категории;
- ценовой категории выше среднего и высокой.

3. Вместимости гостиничного предприятия:

- малые;
- средние;
- большие.

Так, чем больше вместимость гостиничного предприятия, тем выше уровень его постоянных расходов и сложнее «маневрировать» в условиях сезонности спроса.

С другой стороны, малым гостиницам сложнее создавать финансовые резервы на период низкого спроса.

4. Состояния инфраструктуры гостиницы. Так, на меры по снижению сезонности спроса будет влиять состояние недвижимости (старая или новая постройка), наличие объектов отдыха в гостинице и прочие факторы.

5. Масштабов выручки и денежного потока гостиницы.

Таким образом, повышение эффективности работы предприятия в период сезонного спада спроса на гостиничные услуги требует принятия совокупности мер, основанных на тщательном изучении факторов, влияющих на сезонность спроса, построении прогнозных моделей вли-

яния этих факторов. Профилактические и оперативные меры для повышения эффективности работы гостиничного предприятия должны дополнять друг друга для обеспечения наибольшей результативности.

Литература:

1. Артюхова, И. В., Хуторская В. А. Управление факторами сезонности в гостиничном бизнесе // Инновационная наука. 2016. № 4–1. с. 25–27.
2. Баскаков, А. А., Жидкова А. П. Некоторые особенности хозяйственных рисков в гостиничном бизнесе // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 11 (45). с. 53–60.
3. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум/ Л. В. Баумгартен — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. — 216 с.
4. Дедусенко, Е. А. Рынок гостиничных услуг: особенности функционирования и направления развития: на примере Хабаровского края: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. — М., 2005—154 с.
5. Дмитриева, Н. В. Гостиничный менеджмент: учебное пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Р. Н. Ушаков. — М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 352 с.
6. Объем платных услуг населению (оперативные данные) [Электронный ресурс]/ ЕМИСС. URL — <https://www.fedstat.ru/indicator/33843> (дата обращения 26.11.2016)
7. Платное обслуживание населения в России [Электронный ресурс]/ Росстат. URL — http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1260453359625 (дата обращения 26.11.2016)
8. Семеркова, Л. Н. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л. Н. Семеркова, В. А. Белякова, Т. И. Шерстобитова и др. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 320 с.
9. Юнусова, Н. А. Снижение сезонности — главный путь к эффективности и качеству гостиничных услуг // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 3. с. 174–179.

Бизнес-кластер и его особенности

Мамедов Дмитрий Юрьевич, магистрант
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

В данной статье рассмотрено понятие бизнес-кластера. Выявлены цели и задачи предприятий, объединяющихся в кластер. Рассмотрены характеристики, используемые для оценки полезности кластеризации.

Ключевые слова: бизнес-кластер, компонентно-элементный состав, научно-технический прогресс

В наше время научно-технический прогресс заставляет забыть бизнес о разрозненном существовании и развитии отдельных предприятий. Для конкурентного на рынке необходимо объединять старания и возможности отдельных предприятий воедино. Это может происходить с горизонтальными, вертикальными и региональными связями. Предприятия, объединившие свои усилия, имеют следующие конкурентные преимущества:

- гибкая стратегия;
- высокотехнологичное производство;
- развитая информационно-телекоммуникационная инфраструктура;
- оперативное принятие управленческих решений;
- инновационные управленческие технологии.

Одна из форм объединения предприятий, посредством которой реализуются вышеуказанные критерии это кластер. В изучении бизнес-кластеров определённой проблемой является отсутствие научно-обоснованного выделения кластерообразующих элементов. Данная задача

может быть решена в рамках системного подхода, но пока он применяется исследователями кластерного феномена в экономике очень редко. Несмотря на то что многими исследователями бизнес-кластеры квалифицируются как системные объекты и их изучение основывается на отдельных принципах системности, универсального компонентно-элементного состава кластеров пока не предложено. Подобное положение дел является препятствием для решения таких исследовательских задач, как изучение и описание структуры, разновидностей, механизма функционирования и принципов эволюции бизнес-кластеров.

Бизнес-кластер это группа взаимосвязанных компаний и связанных с ними предприятий, расположенных на некоторой территории, которые действуют в определённой сфере и дополняют друг друга. Это могут быть производители продукции, материалов, поставщики услуг; инфраструктура; научно-исследовательские институты; вузы и другие организации, которые дополняют друг друга и по-

вышают конкурентоспособность как отдельных компаний, так и кластера в целом.

Отличительными характеристиками бизнес-кластера являются:

- конкуренция среди участников кластера;
- кооперирование участников;
- формирования специализированных возможностей региона;
- увеличение концентрации предприятий в рассматриваемой зоне.

Таким образом, чтобы группа расположенных на определённой территории компаний и связанных с ними предприятий называлась кластером, рассматриваемые организации должны характеризоваться общностью деятельности и дополнять друг друга.

Понятие «кластер» получило популярность среди экономистов в конце 1980-х годов. Сейчас использование кластерного подхода видится одним из самых эффективных направлений развития.

Чаще всего используются 3 широких определения понятия «бизнес-кластер». Каждое из них выделяет определённую специфику их функционирования:

- регионально ограниченные формы экономической активности внутри родственных секторов;
- вертикальные производственные цепочки, узко определённые секторы, в которых смежные этапы производственного процесса образуют кластер;
- отрасли промышленности, определённые на высоком уровне агрегации.

В качестве определения термина «кластер» может использоваться следующее выражение группа фирм, представленных на том или ином рынке, которые объединились на основе долгосрочных контрактов для более эффективного использования ресурсов и преимуществ друг друга для реализации совместных проектов. Для достижения более высоких результатов используются чаще всего горизонтальные связи, специализация и взаимное дополнение.

Отличительной особенностью кластера является целевая коммерческая деятельность. В рамках кластера объединяются производственный и инновационный бизнес, комплексное управление качеством выпускаемой продукции и сервисное обслуживание. Объединяя усилия предприятий, государственных органов управления, субъектов инвестиционной и инновационной деятельности на некоторой территории, участники кластера получают существенные преимущества в конкурентной борьбе. Это помогает рационализировать процессы, связанные с производством и реализацией продукции, перераспределить риски и провести гибкую политику, необходимую в условиях быстро меняющейся конъюнктуры рынка. Такое объединение усилий в развитых странах оказалось весьма эффективным.

Группа исследователей (Graylyn group) разработала свой ряд характеристик, используемых для точного определения полезности и ожидаемых результатов от кластеризации:

- потенциальные возможности R&D;
- мастерство рабочей силы;

- развитие трудового потенциала;
- близость поставщиков;
- наличие капитала;
- доступ к специализированным услугам;
- отношения с поставщиками машин, оборудования и инструмента;
- ассоциирующиеся структуры;
- интенсивность формирования сетей;
- предпринимательская энергия;
- инновации и обучение;
- коллективное видение и руководство.

Самые развитые кластеры имеют пять важных характеристик.

1. Наличие конкурентоспособных предприятий.

Главным условием для появления кластера является присутствие в кластере предприятий, конкурентоспособных на рынке. В качестве индикаторов конкурентоспособности могут рассматриваться: высокий уровень производительности; высокий уровень экспорта; высокие экономические показатели.

2. Наличие в регионе конкурентных преимуществ для развития кластера.

Примером может являться выгодное географическое положение, либо доступ к сырью. Индикатором конкурентных преимуществ рассматриваемой территории рассматривается высокий уровень привлечённых иностранных инвестиций.

3. Географическая концентрация и близость.

Участники кластера находятся в географической близости друг к другу и имеют возможности для активного взаимодействия. Масштаб может изменяться в зависимости от типа и особенностей кластера. Индикатор — высокий уровень специализации данного региона.

4. Широкий набор участников и наличие «критической массы».

Кластер может состоять из компаний, производящих конечную продукцию и услуги, экспортируемые за пределы региона. Индикаторы: высокий уровень занятости на предприятиях, входящих в кластер и количество предприятий относящихся к секторам, входящим в кластер.

5. Наличие связей и взаимодействия между участниками кластеров.

Важнейший фактор успеха для развития кластеров — наличие рабочих связей и координация усилий между участниками кластера.

Таким образом, развитие кластера как новой формы экономического взаимодействия позволяет достичь серьёзного социально-экономического эффекта, проявляющегося в нескольких направлениях:

- повышение производительности, а так же конкурентоспособности предприятий. Чем сильнее развит кластер, тем выше производительность основной массы, входящих в бизнес-кластер предприятий;
- рост конкурентоспособности и экономического развития региона. С развитием кластеров в регионе растёт занятость населения и средняя заработная плата;

— повышение инновационного потенциала. Развитые кластеры имеют большой инновационный потенциал. Замерить это можно по количеству патентов;

— открытие новых организаций. В развитых кластерах зачастую идёт рост количества малых и средних предприятий.

Литература:

1. Взаимодействие малого и крупного бизнеса // Информ.-аналит. сб. Института предпринимательства и инвестиций. URL: www.mbrk.ru (дата обращения: 27.10.2016).
2. Porter, M. E. *On Competition*. — Cambridge: Harvard Business School Press, 1998. — 576 с.
3. Портер Майкл. *Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран* / Майкл Портер. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 896 с.
4. Хааг, Д. цит. по Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособности кластеров в странах с переходной экономикой. <http://www.kkrsu.edu.kg/vestnik/v31a15.html>.

Экономическая модель функционирования оптово-распределительных центров сельскохозяйственной продукции на основе государственно-частного партнерства

Маслов Сергей Владимирович, кандидат экономических наук, профессор Академии военных наук, генеральный директор ООО НТЦ «Паритет» (г. Москва)

Пилос Елена Викторовна, кандидат экономических наук, директор по инвестиционной политике Ассоциация отраслевых союзов АПК «АССАГРОС» (г. Москва)

Государственная поддержка создания оптово-распределительных центров (ОРЦ) основывается на том, что ОРЦ будут способствовать увеличению доходности сельхозпроизводителей (СХП), повышению доступности продуктов питания и снижению затрат для конечных потребителей. При этом выделенные на эти цели бюджетные средства будут иметь возвратный характер за счет роста налоговых поступлений в бюджеты разных уровней.

Достижение этих формально противоречивых задач необходимо обосновать с учетом того, что все остальные участники процесса производства и реализации продукции (не только сельхозпроизводители, но и ОРЦ как частное предприятие, а также переработчики, оптовая и розничная торговля) имеют целью и основной задачей своей деятельности получение прибыли.

Теоретически это возможно на основании того, что будут оптимизированы логистические цепочки поставок, ликвидированы излишествовавшие посреднические звенья, достигнута определенная экономия затрат даст применение современных технологий хранения, переработки и транспортировки. При этом остается важным вопрос, почему бизнес будет готов «поделиться» с потребителем дополнительными доходами (если они и будут получены) от оптимизации поставок. Это возможно в случае повышения конкуренции в сфере реализации и применении государством преимущественно экономических механизмов регулирования продовольственного рынка.

На основе проведенных исследований продовольственного рынка Приморского края разработана соответствующая экономическая модель, обосновывающая механизм

и условия достижения задач государства при создании ОРЦ, и учитывающая интересы бизнеса.

Функционирование данной модели рассматривается на примере рынка производства и реализации картофеля

Производство, импорт и потребление картофеля в Приморском крае (по данным прогнозных балансов ресурсов и их использования Депагропрома МСХ РФ, характеризуется следующими данными (Таблица № 1).

Приморский край — регион избыточного производства и потребления картофеля, но не является регионом, где круглогодично доступен картофель надлежащего качества по разумной цене.

Из общего объема производства на долю личных подсобных хозяйств (ЛПХ) в 2014 году относится 88%, по 6% — крестьянские фермерские хозяйства (КФХ) и крупные СХП (Таблица № 2).

Расчет произведен на основании представленных МСХ Приморского края данных по производству картофеля во всех СХП, КФХ и ИП Приморского края, а также данных продовольственного баланса Приморского края.

Наличие картофелехранилищ.

Для надлежащего хранения имеются емкости у крупных СХП и ряда КФХ (Таблица № 3), осуществляется программа строительства ряда хранилищ на основе господдержки в объеме 86,6 млн руб., что позволит построить до 8,7 тыс. кв. м хранилищ (при уровне софинансирования 33%) общей мощностью более 11 тыс. тонн хранения (Таблица № 4).

Также планируется строительство овощехранилища на 25 тыс. тонн в Уссурийском районе (ООО «Мелькомбинат»).

Таблица 1. Сводный баланс ресурсов и использования картофеля в Приморском крае (тыс. тонн)

Год	Запасы на начало периода	Производство	Ввоз, включая импорт	Итого ресурсов	Производственное потребление на:		Потери	Вывоз, включая экспорт	Личное потребление	Итого использовано	Запасы на конец периода
					семена	корм скоту и птице					
2014	364,700	376,220	31	771,920	82,769	67,720	11,287	50,0	255,8	467,656	304,264
2015	304,264	381,956	31	717,220	84,031	68,753	11,459	52,0	257,4	473,643	243,577
2016	243,577	401,255	31	675,832	88,275	72,225	12,038	52,3	256,0	480,838	194,994

Таблица 2. Производство картофеля

Производители	Доля в выращивании картофеля, %
СХП	6,0%
КФХ и ИП	5,8%
ЛПХ	88,2%

Таким образом, емкость хранилищ у СХП будет доведена к 2018 году до 63 тыс. тонн, из которых не менее 70% предназначены для картофеля (то есть около 44 тыс. тонн). При этом по нормам СНиП 2.07.01–89* (ПРИ-

ЛОЖЕНИЕ 6. СТРОИТЕЛЬНЫЕ НОРМЫ И ПРАВИЛА) потребность только для регионального рынка составляет порядка 186 тыс. тонн, то есть у СХП будет храниться до 25% от потребности края для внутреннего потребления.

**Потребность Приморского края в складах
ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО. ПЛАНИРОВКА И ЗАСТРОЙКА ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ
СТРОИТЕЛЬНЫЕ НОРМЫ И ПРАВИЛА
ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО.
ПЛАНИРОВКА И ЗАСТРОЙКА
ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ
СНиП 2.07.01–89***

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Рекомендуемое

Численность население, тыс. чел.

ПЛОЩАДИ СКЛАДОВ

на 1 тыс. чел.

			всего	город	село	Владивосток — агломерация		
			1933	1486	447	750	Суммарная площадь хранилищ без холодильников	
Склады общетоварные	Площадь складов, м ²							
	для городов	для сельских поселений						
Продовольственных товаров			77	19	122915	114422	8493	57750
Вместимость специализированных складов на 1 тыс. чел.								
Склады специализированные	Вместимость складов, т							
	для городов	для сельских поселений						
Холодильники распределительные (для хранения мяса и мясных продуктов, рыбы и рыбопродуктов, масла, животного жира, молочных продуктов и яиц)			27	10	44592	40122	4470	20250
Фруктохранилища			17	90	65492	25262	40230	12750
Овощехранилища			54	90	120474	80244	40230	40500
Картофелехранилища			57	90	124932	84702	40230	42750
Всего, тонн					355490	230330	125160	116250

Источник:

<http://www.docload.ru/Basesdoc/1/1900/index.htm#i813866>

Таблица 3. Наличие картофелеовощехранилищ у сельхозпроизводителей в Приморском крае

Показатель	Общая площадь объёма (га)	Структура площадей, (кв. м)		
		Всего площадей	С искусственной вентиляцией	Без охлаждения
СХП	1,89	19427	7880	11547
КФХ	1,00	3480	2940	540
Всего	2,89	22907	10820	12087
Тыс. тонн		27,5		
Доля от потребности в хранилищах для края		15%		

Таблица 4. Ресурсное обеспечение

№ п/п	Наименование государственной Программы, подпрограммы, отдельного мероприятия	Расходы (тыс. рублей), годы							
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.1.8.	Предоставление субсидий на возмещение затрат, связанных со строительством овощехранилищ	20000	20000	20000	26620	0	0	0	0

В распоряжении оптовой торговли, ряда учреждений имеются хранилища постройки 1970–1980-х годов — без регулирования температурного режима, с высокими потерями при хранении, в которых хранится сегодня до 85% картофеля. У основного производителя — ЛПХ — мощности для длительного товарного хранения практически отсутствуют, и эти проблемы находят отражение в ценах на картофель в зимний и весенний период, когда их рост достигает 10% в месяц.

При этом цены на мытый картофель превышают цены на картофель без предпродажной подготовки минимум на 15–20%, то есть на 6–7 руб./кг (при себестоимости мойки в промышленных условиях — 1–2 руб./кг), а очищенного картофеля практически нет в продаже. Это свидетельствует о недостатке мощностей по подработке и предпродажной подготовке, по его первичной переработке, которая осуществляется непосредственно и на объектах общественного питания, увеличивая трудозатраты и потери из-за недостатка производительного оборудования, требуя отдельных помещений на пищеблоках, большого

расхода воды, увеличивая нагрузку на системы водоотведения (Таблица № 5).

Отсутствие условий для хранения, возможностей для транспортировки, недостатка оборотных средств оставляют для ЛПХ и большинства фермерских хозяйств только один вариант реализации урожая — непосредственно с полей, через скупщиков за «неучтенные» наличные. При этом цена в поле (прямой доход СХП от выращивания картофеля и его реализации на месте производства) уже в момент продажи в 2–2,5 раза ниже оптовых цен, а доля прямого дохода СХП от выращивания картофеля в розничной цене составляет в среднем 36%.

Состояние рынка характеризует и разница цен в оптовой и розничной торговле. В период доступности прямых поставок картофеля от производителей (сентябрь–октябрь) цена в рознице всего на 10–15% (на 1,5–2 руб./кг) выше оптовой. Это не означает, что магазины снижают свою наценку, просто она применяется по отношению к цене производителя. В последующем та же наценка (30–35%) применяется уже к ценам, установ-

Таблица 5

Дата	Продукция (руб. за кг, в т. ч. НДС)		Превышение цены мытого картофеля, %
	картофель	мытый картофель	
Сентябрь 2014 г.	31,58	36,51	15,6
Октябрь 2014 г.	29,05	33,76	16,2
Ноябрь 2014 г.	29,51	34,64	17,4
Декабрь 2014 г.	33,26	39,28	18,1
Январь 2015 г.	37,68	44,76	18,8
Февраль 2015 г.	39,86	47,51	19,2
Март 2015 г.	41,13	49,19	19,6

ливаемых владельцами хранилищ, но соответствует росту цены на 6–7 руб. в сравнении с оптовыми (Таблица № 6).

Используя данные табл. 6, можно рассчитать, какой дополнительный доход получал бы СХП при прямых поставках в розничную сеть (табл. 7).

Розничная цена в октябре в размере 24,8 руб./кг при наценке, например, 35% соответствует оптовой цене 18,37 руб./кг.

Доход СХП (прямой доход от выращивания картофеля) при прямых поставках в розничную торговлю возрастает более, чем на 30%, при этом обеспечиваются платежи по налогам и поддержка розничных цен на приемлемом уровне. Доля прямого дохода СХП от выращивания картофеля в розничной цене при этом возрастет до 46%.

Однако данная модель реализации доступна сегодня для большинства СХП только в период сбора урожая и

Таблица 6. Динамика цен на картофель

Дата	Продукция (руб. за кг, в т. ч. НДС)				
	картофель				
	скупка с полей	Наценка оптового поставщика, %	Цена оптового поставщика	Цена в торговой сети	Разница между ценой в розницу и ценой оптового поставщика, %
Март			27,3	34,6	26,7
Апрель			28,0	35,2	25,7
Май			27,8	36,2	30,2
Июнь			27,0	36,3	34,4
Июль			27,4	35,1	28,1
Август			27,2	31,6	16,2
Сентябрь	8	213	25,0	27,0	8,0
Октябрь	9	160	23,4	24,8	6,0
Ноябрь	11	98	21,8	25,3	16,1
Декабрь			21,8	28,5	30,7
Январь			24,2	31,7	31,0
Февраль			27,4	33,6	22,6
среднее в период хранения (в месяц)	9	157	24	30	25,0

Таблица 7

	Затраты СХП	Цена в торговой сети	Цена оптового поставщика
Октябрь 2014 г.		24,79	23,35
цена закупки розницей от СХП при наценке 35%		18,37	
цена в поле (прямой доход от выращивания картофеля и его реализации на месте производства)	9		
транспортировка	1,5		
подработка	1,5		
перефасовкой в сетки 1–10 кг	1		
Потери (5%)	0,45		
прочие затраты (с учетом затрат на бухгалтерию, ведение счета в банке)	1		
Итого себестоимость	14,45		
себестоимость (с налогом 6%)	15,37		
цена реализации в розницу	18,37		
дополнительный доход СХП в сравнении с прямым доходом от выращивания картофеля и его реализации на месте производства, руб.	3,00		
дополнительный доход СХП, %	33%		
Снижение цены СХП в сравнении с оптовиком	21%		
доля прямого дохода СХП от выращивания картофеля в розничной цене, %	46%		

только в тех объемах, которые могут быть реализованы в течение сентября-ноября.

Создание ОРЦ, которые будут предоставлять услуги по ответственному хранению или аренде современных

хранилищ для СХП Приморья, в том числе для малого бизнеса, позволит последним получать дополнительную доходность и в последующие месяцы после сбора урожая (табл. 8).

Таблица 8. Показатели стоимости, руб.

Цена реализации с полей, руб	9
Цена оптовой продажи через 6 мес. (на 15% ниже средней для оптовой торговли цены)	23,26
транспортировка	1,5
подработка перед закладкой	1,5
хранение (0,45 руб в месяц)	2,25
реализация с перефасовкой в сетки 1–10 кг (перефасовка 1 руб, доставка в магазин 15–25 км — 0,5 руб.	1,5
Потери при хранении (5%)	0,45
Обслуживание кредита	0,9
Всего затрат	8,55
Налог (6%) и другие затраты	1,65
Дополнительный доход, руб.	4,5
Дополнительный доход, %	50%
Розничная цена (при неизменной наценке)	29,1
Снижение цены для потребителей, руб.	4,49
Снижение цены для потребителей, %	13%

Например, даже при условии реализации картофеля с ОРЦ на 15% ниже средней для оптовой торговли цены в феврале (по 23,26 руб./кг вместо 27,36 руб./кг) с учетом всех затрат за 5 месяцев хранения, дополнительная доходность СХП может возрасти до 50%. При этом снижение цены оптовой поставки на 15% обосновывается в данном случае ростом количества поставщиков на рынке в зимне-весенний период, то есть увеличением конкуренции.

Результатом будет также снижение на 13% розничных цен для всех конечных потребителей и, в случае внедрения и обязательного использования единой расчетной системы на ОРЦ, гарантированное поступление в бюджет 6%-ного налога с общего дохода СХП малых форм хозяйствования (особенно ЛПХ, производящих более 80% картофеля).

Социально-экономическая эффективность создания ОРЦ существенно возрастет при условии частичного государственного субсидирования СХП процентных ставок по кредитам и затрат на хранение, предпродажную подготовку и доработку, необходимых для реализации продукции после длительного хранения.

В случае выделения таких субсидий государство вправе установить условия, обязательные для всех участников создаваемой модели (производителя, ОРЦ, торговых предприятий, заинтересованных в участии в системе внутренней продовольственной помощи).

Таковыми условиями могут быть:

по отношению к СХП — хранение на складах с регулируемой температурой и влажностью, подтверждение качества в системе добровольной сертификации, созданной на ОРЦ, страхование продукции, расчеты по статьям затрат и при реализации в безналичном порядке, установ-

ление фиксированной рентабельности на подтвержденные затраты, определяющей максимальную цену в момент реализации;

— по отношению к ОРЦ — обязательство предоставлять в аренду склады или осуществлять ответственное хранение продукции местных СХП (в заранее согласованном порядке и объемах), создание (или обеспечение условий для ее функционирования) системы добровольной сертификации (во взаимодействии с АНО «Российская система качества», распоряжение Правительства РФ от 30 апреля 2015 г. N 780, <http://government.ru/media/files/oj7XSWfMSMRK4FNUoZna1X9QxpcpGMhC.pdf>), использование системы безналичных расчетов на ОРЦ, обеспечение «прозрачности» цен реализации на ОРЦ через систему электронных торгов и закупок, нанесение специальной маркировки на субсидированную продукцию (штрих-кодирование, радиометки и т. п.) и специального знака гарантии качества и безопасности, обеспечение подтверждения целевой поставки субсидированной продукции по устанавливаемым государством задачам (социальное питание, внутренняя продовольственная помощь, в определенных случаях — экспорт или поставка в другие регионы, в районы Крайнего Севера и т. п.);

— по отношению к торговым предприятиям — гарантии целевой реализации субсидируемой государством продукции для уязвимых слоев населения на основе внедрения социальных электронных карт, фиксация на заранее согласованном уровне наценки на такую продукцию;

— по отношению к бюджетным учреждениям системы социального питания и организациям, оказывающим в них услуги по питанию — обязанность закупки продукции, хранение которой осуществляется на складах с регулируемыми условиями хранения.

емой температурой и влажностью, с подтверждением качества в системе добровольной сертификации, страхованием продукции.

Реализуемость такой модели вытекает из анализа возникающих интересов участников:

СХП — получение субсидий и льготных кредитов, обеспечивающих дополнительную доходность в период сезонного роста цен на продукцию и гарантии сбыта;

ОРЦ — гарантирование загруженности складов и обслуживающих производств (в отношении доли площадей, выделяемых местным производителям), гарантирование государством востребованности высоких стандартов хранения, качества, «прозрачности» сделок при организации внутренней продовольственной помощи, социального питания, при организации контроля и надзора в сфере оборота пищевой продукции;

Торговые предприятия — участие в программах внутренней продовольственной помощи (дополнительные гарантированные посетители), конкретизация отношений с государством по объемам, номенклатуре и целевым покупателям товаров, которые не просто относятся к социально значимым, но и предназначены для целевой реализации уязвимым слоям населения (скидки, фиксация наценок и т. п. — не на 100% покупателей, а на 20–30%, для остальных продаж — свободное рыночное ценообразование);

Для государства — регулирование продовольственного рынка (с основной направленностью по отношению к социально значимым слоям населения, непосредственным производителям, стратегическим задачам развития отрасли) не административными, а экономическими способами, возможность отнесения субсидий к «зеленой корзине» ВТО (это субсидии на логистику поставок для системы внутренней продовольственной помощи и социального питания), внедрения принципа «двойного эффекта» от применения субсидий (и для СХП, и для внутренней продовольственной помощи), реализация экономического механизма вывода производителей и торговли из «теневых» оборотов.

Показатели эффективности применения модели с частичным бюджетным субсидированием логистических затрат СХП (с учетом реализации вышеназванных условий ее функционирования) оценивались по двум вариантам субсидирования:

1. объем субсидий будет соответствовать объему дополнительных налоговых поступлений от легализации «теневых» оборотов при реализации картофеля (таблица 9);
2. объем субсидий составит одну треть от оценки дополнительных налоговых поступлений от легализации «теневых» оборотов.

Оценка доли теневого оборота при реализации картофеля произведена исходя из экспертных оценок (в торговле — 24%, в сельском хозяйстве 18%, в среднем принято 20%, <http://legitimist.ru/sight/economics/2014/pochemu-rossii-ne-pobedit-tenevuyu-ekonomiku.htm>, <http://ppt.ru/news/128155> (Петербургский правовой портал, <http://rbcdaily.ru/economy/562949994141346>).

Оценка министра финансов РФ в 2013 году: «Если теневой сектор у нас где-то 15–20% от экономики, а ВВП у нас где-то 60 трлн руб., то 15% — это 9 трлн», — сказал он, отвечая на вопрос о размере недополученных налогов в бюджет. Совокупная налоговая нагрузка на экономику России, по словам министра, составляет 35%. Таким образом, бюджет РФ недобирает около 3 трлн руб. налогов из-за ухода бизнеса в тень. При этом по НДС, который поступает не в федеральный, а в региональные бюджеты, недобор оценивается министром примерно в 2 трлн руб. (<http://top.rbc.ru/economics/20/06/2013/862716.shtml>).

В расчете принято 20% от оборота картофеля через ОРЦ только для обеспечения потребления в крае (без учета межрегионального оборота). В этом случае дополнительные налоги можно оценить минимум в 25 млн руб. в год, учитывая, что в сфере производства картофеля и овощей наибольшая доля продукции производится ЛПХ.

Таблица 9

Оценка доли теневого оборота при реализации картофеля, овощей, фруктов			
	Оборот	Налоги, %	Налоги, млн. руб.
Объем доли теневого оборота, легализуемого на ОРЦ, тонн	6186		
Стоимость по оптовым ценам, млн. руб.	159		
в том числе: СХН (единый)	56	6%	3,3
оптовая торговля (НДС, с прибыли)	103	14%	14,5
налоги на ФОТ (ФОТ — 20% от оборота), в том числе — соцналог		26%	5,4
НДФЛ		13%	1,9
Итого дополнительные налоги бюджета в год, млн. руб.			25,0
Кроме того, по другим продуктам			
Овощи			17
Фрукты, дикоросы			5
ВСЕГО дополнительные налоги бюджета в год, млн. руб.			47,0

Принимая за основу те же показатели затрат на логистические издержки, что и по модели реализации СХП картофеля через ОРЦ без субсидирования из бюджета (таблица 8), для двух вариантов субсидирования получены следующие основные показатели эффективности.

При оптимальном уровне субсидирования (табл. 10) в размере 3,3 руб. на 1 кг картофеля (из которых 60% учиты-

ваются в последующем при определении цены оптовой цены реализации) дополнительный прямой доход СХП от выращивания картофеля увеличивается на 6,5 руб./кг, т. е. на 72% (без субсидирования — на 50%, табл. 8), при этом оптовая цена при реализации в систему социального питания может снизиться на 22% (аналогично и для потребителей в системе внутренней продовольственной помощи — 21%).

Таблица 10

Показатели	С учетом субсидий (для реализации в системах ВПП и СП), максимум
цена в поле (прямой доход от выращивания картофеля и его реализации на месте производства)	9
Цена оптовой продажи через 6 мес. (на 15% ниже средней для оптовой торговли, для ВПП и СП — 60% субсидий — на снижение цены)	21,28
Затраты, в т. ч.:	4,125
транспортировка	0
подработка перед закладкой	1,5
хранение (0,45 руб в месяц)	1,125
реализация с перефасовкой в сетки 1–10 кг (перефасовка 1 руб, доставка в магазин 15–25 км — 0,5 руб.	1,5
Потери при хранении (5%)	0,45
Расходы на кредит	0,225
Всего затрат	4,8
Налог и другие затраты	0,97
Дополнительный доход, руб.	6,5
Дополнительный доход, %	72%
Цена для ССП, руб.	21,3
	от цены ОРЦ
Снижение цены для ССП, руб.	6,1
Розничная цена (при фиксации наценки)	26,6
Снижение цены для потребителей, руб.	6,96
Снижение цены для потребителей, %	21%
Сумма субсидий, руб.	3,3
доля прямого дохода СХП от выращивания картофеля в розничной цене, %	58%

Социально-экономическая эффективность реализации данной модели (табл. 11): при объеме субсидий 25 млн руб. в год экономия потребителей за счет снижения цен в сфере социального питания может составить 18,8 млн руб., для уязвимых слоев населения — 32,2 млн руб., для остальных потребителей — 104 млн руб. (по рыночным ценам на «несубсидируемый картофель», реализуемый через ОРЦ по модели табл. 8), итого — более 155 млн руб. в год.

При реализации 2-го варианта субсидирования (объем субсидий — 1/3 от оценки дополнительных налоговых поступлений от легализации «теневое» оборота) в размере 1,125 руб. на 1 кг картофеля (из которых 60% учитываются в последующем при определении цены оптовой цены реализации) дополнительный прямой доход СХП (табл. 12) от выращивания картофеля увеличивается на 5,5 руб./кг, т. е. на 61% (без субсидирования — 50%, табл. 8), при

этом оптовая цена при реализации в систему социального питания может снизиться на 17% (аналогично и для потребителей в системе внутренней продовольственной помощи — 16%).

Главное здесь — не сам объем субсидирования, а запуск механизма регулирования продовольственного рынка.

Данный вариант является значимым для получения и социально-экономического эффекта, и для поддержки СХП, и одновременно минимальным уровнем бюджетных затрат (8,67 млн руб. в год на субсидии), который обеспечит реализацию потенциальных преимуществ создания ОРЦ на основе государственно-частного партнерства, «запустит» процессы легализации теневого оборота, вовлечения ЛПХ в систему малого бизнеса (через преобразования в ИП, К (Ф) Х, сельхозкооперативы) с одновременным повышением их доходности, формирования

Таблица 11. Бюджетная и социальная эффективность (при максимуме субсидий)

	Доля	Масса, тонн	Экономия потребителей, млн. руб. в год	Затраты бюджета на субсидии, млн. руб.
Оборот на ОРЦ местного картофеля (95% оборота — отечественные продукты)	95%	30928		
Доля ССП, %	10%	3093	18,8	10,2
Доля ВПП-1, %	15%	4639	32,3	15,3
Остальные потребители (по рыночным ценам на «несубсидируемый картофель», реализуемый через ОРЦ по модели табл. 8)	75%	23196	104,1	
Итого			155,2	25,5

Таблица 12. Расчет дополнительного дохода СХП и потребителей при хранении на ОРЦ на 1 кг, руб.

Показатели	С учетом субсидий (для реализации в системах ВПП и СП), минимум
цена в поле (прямой доход от выращивания картофеля и его реализации на месте производства)	9
Цена оптовой продажи через 6 мес. (на 15% ниже средней для оптовой торговли, для ВПП и СП — 60% субсидий — на снижение цены)	22,58
Затраты, в т. ч.:	5,63
транспортировка	1,50
подработка перед закладкой	1,50
хранение (0,45 руб в месяц)	1,13
реализация с перефасовкой в сетки 1–10 кг (перефасовка 1 руб, доставка в магазин 15–25 км — 0,5 руб.	1,50
Потери при хранении (5%)	0,45
Расходы на кредит	0,90
Всего затрат	6,98
Налог и другие затраты	1,12
Дополнительный доход, руб.	5,49
Дополнительный доход, %	0,61
Цена для ССП, руб.	22,58
	от цены ОРЦ
Снижение цены для ССП, руб.	4,78 (17%)
Розничная цена (при фиксации наценки в размере 25%)	28,23
Снижение цены для потребителей, руб.	5,33
Снижение цены для потребителей, %	16%
Сумма субсидий, руб	1,13
Доля субсидий от логистических затрат	14%
Доля субсидий от цены реализации СХП	5%
доля прямого дохода СХП от выращивания картофеля в розничной цене, %	51

системы внутренней продовольственной помощи для целевых потребителей из уязвимых слоев населения, повышения эффективности социального питания за счет двойного эффекта от выделения субсидий, совершенствования систем гарантирования качества на внутреннем рынке и для экспортных поставок.

Таким образом, предлагаемая экономическая модель функционирования ОРЦ на основе государственно-частного партнерства имеет все возможности для реализации в Приморском крае ввиду высокой готовности региона к запуску такого проекта и дать положительный ответ на поставленные вопросы: может ли государственная под-

держка создания ОРЦ привести к тому, что их функционирование будет способствовать повышению доходности сельхозпроизводителей и снижению затрат конечных потребителей.

Литература:

1. Подпрограмма 10 «Развитие оптово-распределительных центров и инфраструктуры системы социального питания» Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы, http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/36971..htm
2. ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ, постановление от 25 декабря 2006 года N 82 Об утверждении Методических указаний по составлению годовых балансов продовольственных ресурсов (с изменениями на 21 октября 2013 года). <http://docs.cntd.ru/document/902024138>.
3. Здесь и далее: расчет произведен на основании представленных департаментом сельского хозяйства Приморского края данных по производству картофеля во всех СХП, КФХ и ИП Приморского края, а также данных продовольственного баланса Приморского края. <http://www.agrodiv.ru/content/otchet-za-2014-god>.
4. <http://www.docload.ru/Basesdoc/1/1900/index.htm#i813866>
5. Департамент лицензирования и торговли Приморского края. Информация об уровне и индексах цен на продовольственные товары. <http://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/license/trade/prices.php>
6. Департамент лицензирования и торговли Приморского края. Информация об уровне и индексах цен на продовольственные товары. <http://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/license/trade/prices.php>
7. Распоряжение Правительства РФ от 30 апреля 2015 г. N 780, <http://government.ru/media/files/oj7XSWfMSMRK4FNUoZna1X9QxpcpGMhC.pdf>.
8. <http://legitimist.ru/sight/economics/2014/pochemu-rossii-ne-pobedit-tenevuyu-ekonomiku.htm>, <http://ppt.ru/news/128155> (Петербургский правовой портал, <http://rbcdaily.ru/economy/562949994141346>).
9. Оценка министра финансов РФ в 2013 году: «Если теневой сектор у нас где-то 15–20% от экономики, а ВВП у нас где-то 60 трлн руб., то 15% — это 9 трлн», — сказал он, отвечая на вопрос о размере недополученных налогов в бюджет. Совокупная налоговая нагрузка на экономику России, по словам министра, составляет 35%. Таким образом, бюджет РФ недобирает около 3 трлн руб. налогов из-за ухода бизнеса в тень. При этом по НДС, который поступает не в федеральный, а в региональные бюджеты, недобор оценивается министром примерно в 2 трлн руб. (<http://top.rbc.ru/economics/20/06/2013/862716.shtml>).

Проблема оценки стоимости компаний при выходе на IPO

Матвеева Полина Павловна, студент;

Яковлева Юлия Сергеевна, студент

Научный руководитель: Чернышова Марина Витальевна, кандидат экономических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В условиях нестабильности современной экономики большинство компаний на разных стадиях жизненного цикла стремятся улучшить свои позиции путем публичного размещения акций на бирже, то есть посредством IPO (Initial Public Offering). В большинстве случаев выход на IPO проводится после стадии mezzanine (промежуточной стадии), при этом существует закономерность: чем моложе компания, тем больше добавленного капитала она сможет привлечь, при этом риск снижения стоимости компании и как следствие уход с рынка также выше (см. Рис. 1 и Рис. 2).

С одной стороны, механизм IPO позволяет компаниям выйти на новый уровень трансформации бизнеса с мас-

штабным привлечением капитала с целью реализации крупных проектов или поглощения другой компании, а также обеспечить ликвидность компании для акционеров и оптимизировать структуру капитала.

С другой стороны, выход на IPO может быть не выгоден для компании, так как он несёт риск падения цены на акции ниже уровня старта торгов, что негативно сказывается на стоимости компании. Так в 2014 году, King Digital Entertainment (KING), компания по компьютерным играм, на пике популярности своего продукта (компьютерная игра Candy Crush), потеряла в первый день выхода на первичный рынок 16% от цены IPO (с 22,5\$ на начало торгов до 18,9\$ на момент закрытия). Низкий спрос

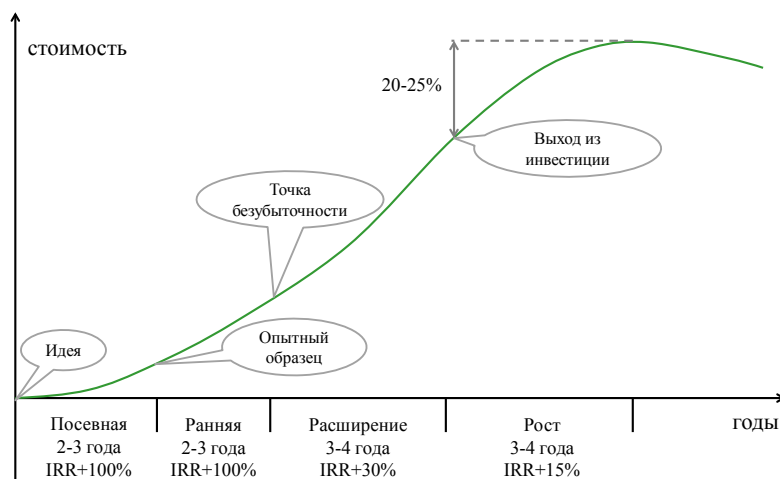


Рис. 1. Жизненный цикл компании: его основные этапы и раунды финансирования

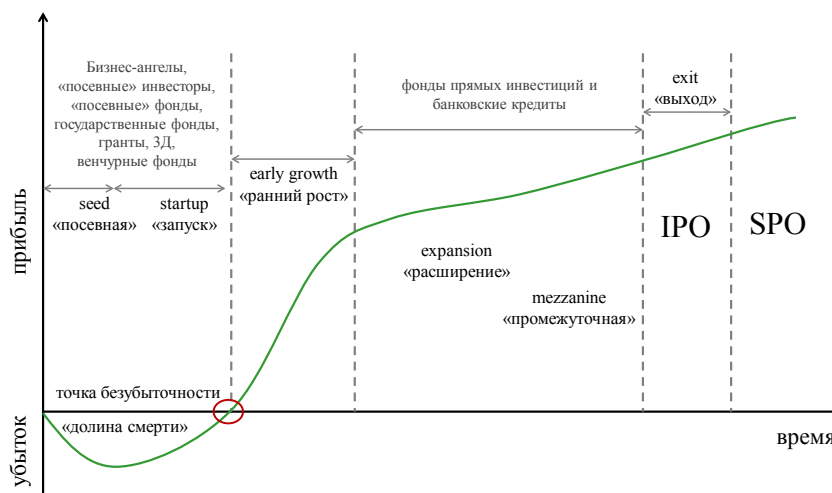


Рис. 2. Стадии развития инновационной компании

на акции был вызван опасениями инвесторов, ввиду того, что 78% годовой выручки занимал лишь один продукт компании. Как следствие, стоимость компании уменьшилась на 15% с 7,08 млрд. долл. до 6 млрд. долл. Данный факт свидетельствует о том, что стоимость компании была переоценена, поэтому проблема оценки стоимости компаний на стадии pre-IPO в условиях экономической турбулентности остается актуальной.

Для более точной оценки стоимости бизнеса используются доходный и сравнительный подходы. Особенностью оценки компании на стадии pre-IPO для молодых развивающихся компаний является сложность прогнозирования будущих денежных потоков и спроса со стороны потенциальных инвесторов на акции. В данном случае целесообразно применять метод использования мультипликаторов фирм-аналогов, который высоко востребован среди андеррайтеров, и может давать более точную оценку.

Актуальность проблемы рассмотрена на примере компании Uber, которая находится на стадии pre-IPO. Существуют разногласия по вопросу определения ее стоимости, которая на данный момент колеблется от 30 до 66 млрд. долл. Анализ показал, что высокий спрос со стороны инвесторов приводит к переоценке стоимости компании Uber, которая означает завышение цены IPO и снижение доверия инвесторов.

Компания Uber относится к рынку услуг, оказываемых в интернете. Рост рынка за последний год составил 20,85% (см. Таблицу 1). С помощью мобильного приложения пользователь может в реальных условиях найти и заказать водителя такси, который, в свою очередь, предлагает свои услуги через данное приложение. Особенностью является возможность отслеживания машины в реальном времени на карте.

Была проведена оценка компании по сравнительному и доходному подходам. Сравнительный подход был про-

Таблица 1. Показатели рынка «Internet Based Services»

Агрегированные статистические данные	Объем (трлн., %)	Количество компаний, по которым были собраны данные
Валовая капитализация рынка	36.64	328
Price/Earnings	48.41	324
Валовая выручка	13.13	363
Прирост выручки по рынку за 1 год (на 31.09.2016)	20.85%	261

веден на основании следующих мультипликаторов: EV/Q, EV/Revenue, EV/EBITDA.

Анализ финансовых результатов компании показал, что размер EBITDA компании Uber за 2015 год и за 1, 2 кварталы 2016 года был отрицательным, следовательно показатель EV/EBITDA нельзя учитывать. При условии, что годовая выручка (Revenue) на 2015 год компании Uber составила 2168 млн. долл., то по среднему значению стоимость компании по показателю EV/Revenue составит 14454,07 млн. долл., однако при расчете показателя EV/Q стоимость компании составила 9026,11 млн. долл. Отсюда следует, что стоимость компании при расчете данных показателей сильно отличается, а именно на 38%, при этом стандартное отклонение по показателям EV/Q и EV/Revenue составляет 1162,13 и 4,38 соответственно, а коэффициент вариации — 183% и 66%.

Наилучшим показателем для оценки стоимости компании является показатель EV/Revenue, так как показатель EV/Q имеет высокое значение волатильности.

Оценка стоимости компании Uber Technologies Inc. согласно сравнительному подходу, методу мультипликаторов компаний-аналогов, показала, что стоимость компании составляет 14454,07 млн. долл., что показано в Таблице 2.

Полученный результат не является справедливой ценой, а только относительной оценкой, так как не учитывает особенности компании, как в случае с доходным подходом.

Для оценки компании по доходному подходу, был рассмотрен внутренний потенциал компании, а также рыночные и страновые риски. Согласно проведенной оценке, стоимость компании Uber составила 27961 млн. долл., при этом как было сказано выше, стоимость компании варьируется от 29 млрд. долл. (по оценке Асвата Дамодарана) до 69 млрд. долл. (по оценке компании Uber), что выше чем стоимость компании General Motors Co и Ford Motor Co.

Приведенные расчеты показали, что вероятнее всего стоимость компании Uber сильно переоценена. Самый близкий аналог компании Uber — Gett был продан в 2016 году лишь за 300 млн. долл., это значит, что анализируемая компания оценивает себя выше в 230 раз, чем ее

ближайший конкурент. Авторы считают, что данную стоимость компании нельзя считать справедливой.

Для того чтобы стоимость компании была приближена к справедливой, необходимо учитывать ряд факторов, непосредственно влияющих на данный аспект. Такими факторами являются:

- негативные события и операционные убытки, имевшие место в предыдущих отчетных периодах финансово-хозяйственной деятельности компании;
- определение потребности в объеме дополнительного финансирования;
- отраслевые тенденции;
- учет действующих и потенциальных конкурентов в отрасли;
- зависимость компании от новых клиентов, поставщиков, продукта (как в ситуации с компанией KING);
- влияние нормативно-правовой базы;
- смена технологий в IT-сфере;
- страновые риски.

В противном случае завышение или занижение стоимости компании при выходе на IPO может привести к следующим последствиям:

1) недооценка приводит к размещению акций компании с дисконтом к рыночной оценке стоимости акций, и как следствие к возможному недофинансированию компании;

2) переоценка приводит к завышению размещения стоимости акций компании на рынке ценных бумаг, тогда потенциальные инвесторы, при прочих равных условиях, могут вложить свой капитал в более успешную компанию-аналог за меньшую цену акции.

Собственникам компании следует не забывать о вероятных последствиях, к которым зачастую приводит переоценка стоимости бизнеса. Несмотря на острое желание ее завязать, не стоит прибегать к данным мерам. Так, справедливая стоимость компании будет в большей степени отражать рыночные ожидания инвесторов и позволит компании осуществить успешное размещение своих акций, а значит добиться целей и задач, поставленных топ-менеджментом фирмы.

Литература:

1. The Bloomberg Professional service (Bloomberg Terminal).

Таблица 2. Расчет стоимости компании Uber Technologies Inc

Название компании	Market Cap 2015	Enterprise value 2015	Revenues 2015	EBITDA 2015	Net Income 2015	Кол-во польза-ей (млн.) — User	EV/User	EV/Revenue	EV/EBITDA	PE
Facebook	\$297757,70	\$279437,70	\$17928,00	\$8170,00	\$3669,00	1280,00	218,31	15,59	34,20	81,16
Groupon	\$1815,40	\$1020,90	\$3119,50	\$108,50	-\$66,30	43,00	23,74	0,33	9,41	NA
LinkedIn	\$29721,60	\$27755,50	\$2990,90	\$300,60	-\$140,00	300,00	92,52	9,28	92,33	NA
Tripadvisor	\$12290,00	\$8500,00	\$1490,00	\$325,00	\$198,00	260,00	32,69	5,70	26,15	62,07
Twitter	\$15800,00	\$10790,00	\$2220,00	-\$137,21	-\$521,03	255,00	42,31	4,86	NA	NA
Yelp	\$2188,30	\$2290,00	\$549,71	\$8,28	-\$32,90	120,00	19,08	4,17	276,57	NA
Zillow	\$4320,00	\$5970,00	\$644,68	-\$17,60	-\$94,00	34,50	173,04	9,26	NA	NA
Waze	\$527687,40	\$454658,40	\$74989,00	\$24423,00	\$16073,70	124,00	3666,60	6,06	18,62	32,83
Tencent	\$1200463,60	\$1185890,60	\$102863,00	\$42826,00	\$27985,00	806,00	1471,33	11,53	27,69	42,90
Lyft		\$1000,00				3,60	277,78	3,95	34,85	
Gett Inc (Volkswagen AG 24/05/2016)		\$300,00					NA	2,61	18,54	
Медиана							132,78	5,70	27,69	52,48
Uber (медианное значение)			\$2168,00			15,00	\$1991,71	\$12367,79		
Uber (среднее значение)			\$2168,00			15,00	\$9026,11	\$14454,07		

Роль НДФЛ в формировании бюджетных доходов

Минакова Елена Сергеевна, магистрант;
Плахов Артем Владимирович, кандидат экономических наук, доцент
Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

В данной статье будут рассмотрены трудности составления бюджета субъектов РФ в связи с начислением налога на доходы физических лиц. Предлагаются пути, улучшающие механизм начисления и уплаты НДФЛ.

Ключевые слова: бюджет, налог на доходы физических лиц, налоговый контроль, доходы физических лиц, облагаемые доходы, налоговые проверки

НДФЛ — важный инструмент формирования бюджетов федерального, регионального и муниципального бюджета, обеспечения источников финансирования и регулятор процессов экономики. Поступления в бюджеты всегда анализируются для того, чтобы эффективность их собираемости возросла.

После принятия в Налоговом кодексе второй части, объем поступающих от плательщиков и агентов налогов увеличился и стал играть значительную роль. К ним относятся:

- налог на добычу полезных ископаемых (входит в федеральный бюджет);
- налог на добавленную стоимость (имеет высокий уровень возмещения);
- налог на прибыль организаций.

Удельный вес НДФЛ в консолидированном бюджете РФ:

- в 2008 г. составлял 21 %, а в консолидированных бюджетах субъектов федерации — 38,1 %;
- в 2009 г. данные показатели имели значение 26,5 % и 44 %, соответственно;
- в 2010 г. — 23,3 % и 39,9 %.

Очень хорошую почву в развитии торговли и сферы финансов имеют города и регионы, где, в ходе деятельности промышленности, людям начисляется высокая зарплата. В связи с этим, поступления НДФЛ в субъекты РФ имеют разный объем.

Г. Москва входит в первые места по обеспечению поступлений НДФЛ в бюджет (1/5 от всего объема НДФЛ в бюджетах РФ).

Такие показатели связаны с тем, что в г. Москва достаточно большое количество плательщиков и налоговых агентов, которые зарегистрированы в налоговой службе и имеют высокий доход. Система контроля помогает обеспечить правильное и полное исчисление НДФЛ и следит, чтобы данный налог поступал в полном объеме и своевременно. Однако, такая система эффективна при изучении отчетности об уплате НДФЛ.

Удельный вес НДФЛ, который поступает в бюджет г. Москва, имеет тенденцию увеличения:

- в 2006 г. поступления НДФЛ в бюджет г. Москвы составили 40 %;
- в 2007 г. поступления НДФЛ в бюджет г. Москвы составили 45 %;

— в 2008 г. поступления НДФЛ в бюджет г. Москвы составили 35 %;

— в 2009 г. произошло увеличение удельного веса в доходах бюджета с 31 % до 39 %.

Были внесены изменения в Налоговый кодекс в 2012 г., результатами которого являются:

- стандартный вычет за первого и второго ребенка повысился с 1000 до 1400 р. и произошла отмена ежемесячного стандартного вычета в сумме 400 по НДФЛ;
- разрешено перенесение на три налоговых периода вычета налога на имущество при покупке пенсионерами жилья;
- руководители, их заместители и главные бухгалтера получают компенсацию при увольнении, превышающую трехкратный размер среднемесячного дохода. При обложении НДФЛ не учитываются в период трудоустройства, которые не должны превышать среднемесячный заработок за три месяца. Для людей, которые работают в районах Крайнего Севера и прилегающих к ним местностях, выходные пособия и среднемесячный заработок не должны превышать среднемесячный заработок за шесть месяцев.

При реализации государством социальной политики изменился Налоговый кодекс РФ. Группировка происходит по основным направлениям, способствующим реализации социальной политики:

- не облагается НДФЛ материальная помощь, выделенная для детей, оставшимся без попечения родителей;
- освобождаются от НДФЛ средства, участвующие в формировании и пополнении целевого капитала некоммерческих организаций;
- затраты, направленные на операции с ценными бумагами в результате расформирования целевого капитала, отмены пожертвований или при ином возврате ценных бумаг признаются те, которые понесены физлицом до указанной передачи;
- получение физическим лицом социального вычета при перечислении денежных средств от благотворительности организаций или социальной деятельности некоммерческих организаций;
- возврат добровольно пожертвованных средств, за минусом социального вычета. Сумма вычета входит в состав базы НДФЛ и рассчитывается на период возврата суммы пожертвования.

Необходимо провести анализ направлений по обложению НДФЛ, благодаря которым роль данного налога при формировании доходов бюджета возрастает:

1. смена состава доходов, которые налогом не облагаются;
2. повышение суммы вычета налога;
3. четкое определение понятия «дивиденды» и понятия «оплата труда»;
4. формирование методов точного определения «обезличенных доходов», которые взимаются в натуральной форме.

При смене состава доходов, необлагаемых налогами необходимо применять термин «компенсация», в связи с возникающими спорами между органами налогообложения и работодателями. Определение термина «компенсация» указано в Трудовом кодексе РФ и означает выплаты денежных средств, при возмещении затрат работников в результате трудовой деятельности [2].

Стимулирующая функция налоговых вычетов не реализуется в достаточной мере, так как стандартные вычеты гораздо меньше прожиточного минимума. При их формировании не учитываются особенности ценообразования в регионах. При замене части заработной платы дивидендами у работников, которые являются акционерами, являются проблемы.

Литература:

1. Лыкова, Л. Н. Налоги и налогообложение. М.: Юрайт, 2015. — 353 с.
2. Марчева, И. А. Налоги и налогообложение: М.: Юнити-Дана, 2013. — 122 с.
3. Плахов, А. В. Системный анализ механизма налогового регулирования отраслей экономики // Регион: системы, экономика, управление. 2011. № 3 (14). с. 23–27.
4. Черник, Д. Г. Налоги. М.: Юрайт, 2014. — 509 с.

Проблемы деятельности территориального общественного самоуправления

Мишина Елизавета Сергеевна, студент;

Рой Никита Аркадьевич, студент

Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В данной статье дано определение понятию территориальное общественное самоуправление, рассмотрены его основные особенности. Определены основные проблемы деятельности территориального общественного самоуправления.

Ключевые слова: *территориальное общественное самоуправление, местное самоуправления, гражданское общество, проблемы деятельности, нормативно-правовая база, гражданские инициативы*

В современных условиях одними из основных задач России является становление и укрепление позиций правового государства и гражданского общества. Эффективность достижения данных задач зависит от многих факторов, в числе которых участие населения в общественно-политических процессах и реализация своих инициатив на местном уровне. «Особая роль в этом принадлежит тер-

Выделяют признаки «переквалификации»:

- дивиденды выплачиваются по итогам месяца или чаще, если отсутствует чистая прибыль;
- прибыль распределяется в зависимости от оклада работника;
- неоднократное повышение суммы дивидендов над суммой зарплаты.

Возникают сложности с определением конкретной суммы дохода, получаемой работниками в результате корпоративных мероприятий [3].

Некоторые налоговые органы при расчете облагаемого дохода распределяют расходы исходя из пропорции количества работников мероприятия. Данный способ не соответствует методике, предлагаемой в Налоговом кодексе РФ [4].

Необходимо принять новую методику расчета НДФЛ, которая будет определять наличие «обезличенных» доходов, и закрепить данную методику при реализации учетной политике налогообложения.

Заключение

Были рассмотрены меры, которые помогут упростить механизм начисления и выплат НДФЛ и повысить роль НДФЛ при формировании налоговых доходах бюджетов.

риториальному общественному самоуправлению (далее ТОС), являющемуся неотъемлемой частью гражданского общества и одной из форм реализации прав граждан на местное самоуправление» [3]. Именно ТОС выступает важным институтом взаимодействия государства и народа.

На сегодняшний день можно заметить качественный и количественный рост ТОС на территории нашей страны.

Однако, тем не менее следует сказать, что институты ТОС во многих регионах не имеют достаточно большого опыта реализации своей деятельности, а вместе с этим вытекает ряд проблем участия граждан и эффективности функционирования данной формы народовластия.

Цель данной работы: рассмотреть основные проблемы реализации деятельности территориального общественного самоуправления.

В соответствии с Федеральным законом № 131-ФЗ от 6 октября 2003 года «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» территориальное общественное самоуправление — это «самоорганизация граждан по месту их жительства на части территории поселения, внутригородской территории города федерального значения, внутригородского района для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив по вопросам местного значения» [2].

Данная форма организации наиболее близка к населению и имеет несколько особенностей, среди них наиболее важными являются:

Во-первых, создание территориального общественного самоуправления возможно только на той территории, где присутствует инициатива граждан. Это прежде всего говорит, что для создания необходимо наличие определённой инициативной группы граждан, которые готовы к решению вопросов местного значения.

Во-вторых, ТОС отличается многоуровневостью. Его создание возможно в подъезде многоквартирного дома, в многоквартирном доме, в группе домов, в жилом микрорайоне, в сельском населённом пункте, не являющимся поселением и на иных частях территории проживания граждан. Это создаёт предпосылку создания ТОС как на небольших территориях, где концентрация активных граждан невелика, так и на крупных.

В-третьих, ТОС может иметь статус юридического лица. ТОС, становясь юридически зарегистрированным объединением, приобретает некоторые преимущества, из которых наиболее важными являются: возможность осуществления своей деятельности без посредников; большая самостоятельность в решении вопросов местного значения; высокая вероятность привлечения бюджетных и иных финансовых средств для осуществления задуманных проектов за счёт участия в различных грантах. Иными словами, статус юридического лица для ТОС очень актуален, так как это самостоятельная организация и для ведения дел просто необходима регистрация в соответствующем органе.

Количественный рост территориального общественного самоуправления свидетельствует о значительном качественном увеличении уровня отношений между обществом и МСУ.

Из вышесказанного становится ясным, что создание ТОС благоприятно как для местных органов, так и для населения. Однако нельзя говорить о максимально эффективной деятельности органов ТОС пока не будет накоплен

необходимый уровень знаний и опыта, для функционирования территориального общественного самоуправления как одной из составляющих гражданского общества. На данном этапе существует ряд проблем.

Одной из главных проблем территориального общественного самоуправления можно назвать вопрос несовершенства нормативно-правовой базы, которая регулирует деятельность ТОС. Так, в ФЗ № 131 всего одна статья посвящена ТОС. Она определяет только общие понятия и полномочия. Более конкретные вопросы, связанные с деятельностью ТОС регулируются региональными и местными нормативно-правовыми актами. «Однако при таком подходе существует опасность, что данные права не будут признаваться, и не будет гарантироваться право на ТОС со стороны субъектов РФ» [3]. Из сказанного становится понятным, что каждый отдельный субъект может по-разному трактовать положения федерального закона, принимая собственные акты, тем самым создавая определённые трудности в создании и реализации ТОС. Таким образом, вероятность возникновения неравенства граждан, которые осуществляют собственные инициативы в разных субъектах РФ, заметно возрастает.

Отчужденность населения от проблем территории проживания также сказывается на функционировании ТОС. Люди в большинстве случаев думают только о собственных интересах, равнодушны к жизни государства и безразличны к окружающим. Данные факторы способствуют развитию иждивенческих настроений и появлению потребительского отношения. Процесс по решению данных проблем уже давно запущен. На государственном и муниципальном уровнях проводятся мероприятия, направленные на увеличение гражданской активности, повышение уровня правовой культуры и сознания.

Также немаловажным барьером в деятельности ТОС является недостаточное финансирование. Федеральным законом № 131 установлены основы взаимодействия органов ТОС с органами МСУ в вопросах финансового обеспечения. Тем не менее местная власть самостоятельно определяет долю своего участия в этом процессе. Поэтому зачастую в местном бюджете просто не оказывается тех средств, которые необходимы ТОС для реализации задуманного. Тогда как добровольных взносов граждан и доходов от собственной деятельности не хватает для реализации крупных проектов и эффективного функционирования.

«Следующая проблема связана с разграничением полномочий и взаимодействием органов местного самоуправления с органами ТОС» [3]. Это прежде всего говорит о необходимости создания определённого баланса. Отсюда следует, что органы местного самоуправления должны поддерживать ТОС во всех его начинаниях и развивать уже существующие идеи, в то время как органам ТОС не следует вмешиваться в полномочия и компетенции местных органов власти. Тут же следует отметить, что инициатива создания территориального общественного само-

управления должна исходить от граждан, а не по принуждению органов МСУ. Но ими в свою очередь должны быть созданы все необходимые условия для создания и функционирования ТОС.

Несовершенный обмен информацией между тремя взаимодействующими элементами: население, органы МСУ и ТОС несомненно влияет на динамику развития территориального общественного самоуправления. То есть граждане могут быть не осведомлены о своем праве на участие в решении вопросов местного значения.

И наконец, на сегодняшний день во многих муниципальных образованиях остается нерешенной проблема оценки эффективности ТОС. То есть отсутствует самая примитивная база учета ТОС, функционирующих на территории. А также не разработаны критерии оценки работы органов, которые дают возможность оценить их вклад в развитие территории. При помощи разработанных

единых критериев можно спрогнозировать и проанализировать развитие ТОС, а также дать определённые наставления и ориентиры для дальнейшего эффективного развития.

Подводя итог, можно отметить, что на сегодняшний день существует ряд определённых проблем, от решения которых во многом зависит развитие территории муниципального образования, а также внесение вклада в совершенствование всего общества и государства в целом. Для решения вышеперечисленных проблем, необходимо проведение специального комплекса мероприятий с целью изменения самой системы территориального общественного самоуправления. Важно отметить, что без должного правового регулирования, сложившееся ситуация останется прежней. В связи с этим, имеется необходимость разработки федерального закона, регулирующего конкретные аспекты деятельности ТОС.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Проспект, 2013. — 29 с.
2. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 N 131-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 16.11.2016).
3. Чернова, Э.Р. Проблемы и перспективы территориального общественного самоуправления в России // Грамота. — 2015. — № 12. — с. 191–193.

Статистический анализ уровня безработицы в Российской Федерации

Мокроносова Анна Дмитриевна, студент

Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

В статье рассматривается проблема безработицы в Российской Федерации, а также факторы, влияющие на уровень безработицы в целом. Выполним корреляционно — регрессионный анализ, для того чтобы оценить тесноту связи между выбранными нами факторами. На основе этого мы сможем выявить, какие признаки влияют в наибольшей степени на изменение показателя уровня безработицы, и с чем это связано.

Ключевые слова: безработица, уровень безработицы, показатели, факторы, корреляционно-регрессионный анализ

Рынок труда — один из основных составляющих современных рыночных отношений. Здесь встречается две экономические категории людей — работоспособное население и работодатель, которые формируются из экономически активного населения (ЭАН), одна из составляющих ЭАН — безработное население [1].

Проблема безработица актуальна в наши дни. Это один из показателей благосостояния экономики, по которому судят состояние экономики как по регионам, так и по стране в целом. Государство также считает эту тему важной, поэтому проводится активная политика по снижению безработицы в России. Нас — студентов, как будущих соискателей места работы, также волнует этот вопрос. Именно поэтому я считаю, нужным и важным ра-

зобраться в том, какие факторы влияют на изменение показателя безработицы в целом, а также какие из них в большей, а какие в меньшей мере.

Для того чтобы оценить тесноту связи между признаками, установить ее направление, необходимо выполнить корреляционно-регрессионный анализ.

В качестве результативного признака (Y) возьмем уровень безработицы населения Российской Федерации за 2015 г., % (рис. 1). Факторными признаками являются: X_1 — среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций на начало 2016 г., рублей; X_2 — число прибывших из за пределов России (общие итоги миграции), человек; X_3 — численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специ-

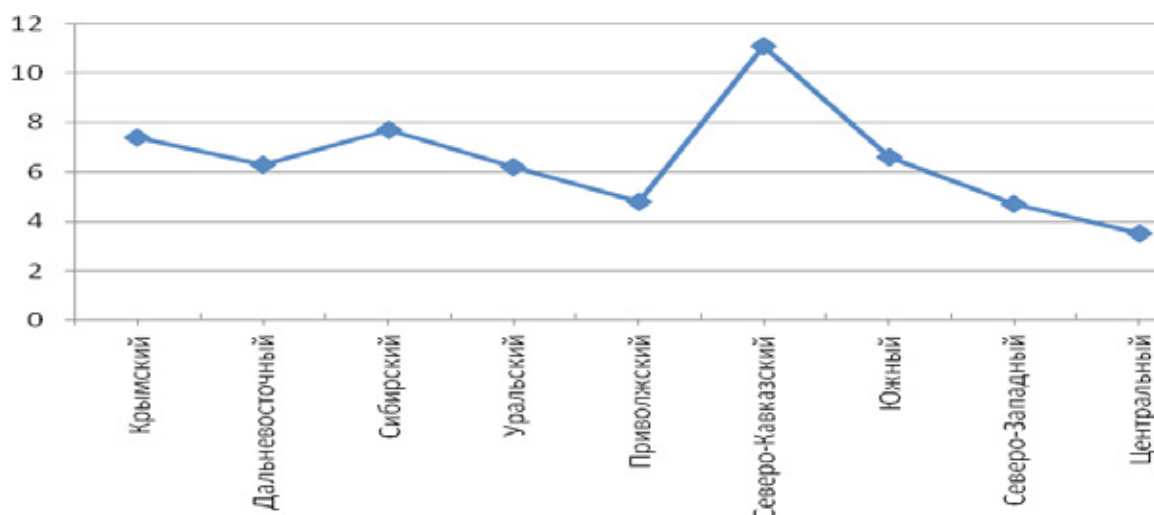


Рис. 1. Сравнительная оценка уровня безработицы в Федеральных округах РФ в 2015г, %

алитета, магистратуры по субъектам Российской Федерации на начало учебного 2014–2015 гг., тыс. чел.

Измерить взаимосвязи между признаками можно с помощью матрицы парных коэффициентов корреляции [2]. Для её построения воспользуемся возможностями пакета

анализа MS Excel (Данные — Анализ данных — Корреляция).

В результате реализации процедуры корреляционного анализа получена матрица парных коэффициентов корреляции (табл. 1).

Таблица 1. Матрица парных коэффициентов корреляции

	Y	X1	X2	X3
Y	1			
X1	-0,609756544	1		
X2	-0,743195501	0,42744212	1	
X3	-0,628109933	0,253306558	0,955952516	1

Проверку полученных значений парных коэффициентов корреляции проведем с помощью таблицы Фишера. При уровне значимости $\alpha = 0,05$ и числе степеней свободы $\nu = 7$ ($9 - 2 = 7$) критическое значение коэффициента корреляции $r_{кр} = 0,666$. Значения полученных коэффициентов r_{yx2} и r_{yx3} больше критического $r_{кр}$, следовательно, они являются статистически значимыми. Гипотеза о равенстве нулю коэффициента корреляции r_{yx1} принимается, поскольку его значение меньше найденного критического $r_{кр}$ [3].

Для построения уравнения регрессии выбираем те факторы, у которых коэффициент корреляции с результативным признаком максимальный. В нашем случае — это фактор X_2 , значение коэффициента связи $r_{yx2} = -0,743$

Указанное значение коэффициента отрицательное, это говорит о тесной обратной связи между признаками, то есть с увеличением фактора X_2 уровень безработицы в РФ уменьшается.

Фактор X_2 можно включить в уравнение связи, параметры которого могут быть получены с помощью применения пакета анализа MS Excel (Данные — Анализ

данных — Регрессия). Результаты регрессионного анализа представим в таблице 2.

Значение F-критерия Фишера равно 8,637. Значимость F-критерия показывает вероятность того, что множественный R будет равен нулю. Она крайне мала (Значимость F меньше 0,05), следовательно, уравнение регрессии статистически значимо с вероятностью 95% (табл. 2).

Параметры уравнения регрессии представлены в таблице 3.

Коэффициент множественной корреляции $R = 0,743$, что говорит о прямой тесной взаимосвязи признаков в уравнении. Коэффициент детерминации $R^2 = 0,552$. Он показывает, что 55,2% вариации уровня безработицы обусловлено вариацией включенного в модель фактора.

Уравнение регрессии примет вид:

$$\hat{Y}_x = -3,14x + 8,566$$

Анализ параметров уравнения регрессии дал следующие результаты: при увеличении числа прибывших из-за пределов России на территорию РФ, уровень безработицы в стране снизится на 3,14%.

Таблица 2. Регрессионная статистика

Показатели	Значения
Множественный R	0,743195501
R-квадрат	0,552339553
Нормированный R-квадрат	0,488388061
Стандартная ошибка	1,5726918
Наблюдения	9

Показатели	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	1	21,36203908	21,36203908	8,636851662	0,021748722
Остаток	7	17,31351648	2,473359497		
Итого	8	38,67555556			

Таблица 3. Параметры уравнения связи и показатели их значимости

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение
Y-пересечение	8,566360321	0,883110053	9,700218332	2,61385E-05
Переменная X 2	-3,14011E-05	1,06848E-05	2,938852099	0,021748722

Как мы знаем, в 90-е годы в России произошел резкий спад показателей рождаемости, что привело к тому, что в настоящее время на рынке труда не хватает специалистов. Но, как показывает наш анализ, данную потребность в ка-

драх на рынке труда обеспечивает общая численность прибывших на территорию РФ мигрантов. Тем самым уменьшается уровень безработицы, за счет чего увеличиваются и общие экономические показатели страны.

Литература:

1. Тимофеева, Т. В., Снатенков А. А. Практикум по социальной статистике. Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2002. — 104 с.
2. Статистика: учебник для бакалавров: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Статистика» и др. экономических специальностей/ Л. И. Ниворожкина [и др.], ред. Л. И. Ниворожкина. — М.: Дашков и К, 2011. — 415 с.
3. Снатенков, А. А. Финансово-экономическая оценка строительного сектора Оренбургской области // Экономика и предпринимательство. 2016. № 4—2. с. 278—283.

Проблемы управления человеческими ресурсами в коммерческих банках

Нахабина Яна Алексеевна, магистрант
 Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье рассматриваются основные проблемы в системе управления человеческими ресурсами в коммерческих банках.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, управление человеческими ресурсами в банковской сфере, система управления человеческими ресурсами, УЧР, проблемы управления человеческими ресурсами банковской сферы

Управление человеческими ресурсами как коммерческих банков, так и любой другой организации довольно новая технология кадрового менеджмента, в котором рассматриваются новые подходы в управлении челове-

скими ресурсами повышающие эффективность системы качества в целом.

В настоящее время в деятельности любого коммерческого банка решающим фактором выживания и успеха

является управление человеческими ресурсами, а в ближайшее время УЧР станет определяющей функцией любого коммерческого банка.

Основную роль в управлении человеческими ресурсами играет человек, а человек — это личность, которая является представителем множества различных социальных институтов в которую входит трудовой коллектив. Сегодня управление человеческими ресурсами является важнейшим фактором конкурентоспособности банков, как коммерческих, так и государственных. В последнее время в банках инвестированию в управление человеческими ресурсами придается большее значение, чем инвестированию в другие составляющие банка. Ценность человеческого потенциала как стратегического фактора успеха банковской деятельности возросла в условиях:

- глобализации и интернационализации экономики;
- ускорения технического прогресса;
- развития информационных технологий;
- усиления конкуренции и др.

В таких условиях успех любого коммерческого банка в большей степени будет зависеть от сотрудников и их работе, учитывая тот фактор, что технологические возможности в банковской деятельности практически себя исчерпали, а человеческий фактор — не до конца изучен. Сегодня не достаточно просто разбираться в экономических, финансовых и технических аспектах банковской деятельности, необходимо научиться управлять механизмом, определяющим поведение сотрудников.

У абсолютно любого коммерческого банка есть свои стратегические задачи и цели, и на базе двух этих аспектов формируются личные цели сотрудников. Подход управления по целям на сегодняшний день применяют практически все крупные компании и холдинги, в том числе и коммерческие банки. Стоит отметить, что наибольший интерес к управлению по целям проявляют банковские структуры. Это связано с тем, что в банковской отрасли большая часть процессов деятельности унифицирована, измерима и вполне управляема.

Не смотря на то, что уровень развития технологий в банковском секторе достаточно высокий, существуют целый ряд проблем связанных с управлением человеческими ресурсами, главным образом включающие в себя построение мотивационных схем:

- высокая текучесть кадров;
- низкий уровень образования молодых специалистов;
- применение только денежного стимулирования;
- оценка только личной эффективности менеджеров среднего звена;
- низкая вовлеченность персонала;
- отсутствие связей между целями и ключевым показателем результата деятельности.

Данный перечень проблем в управлении человеческими ресурсами коммерческих банков сформировался относительно недавно, а именно, в тот момент, когда на рынок банковских услуг Российской Федерации вышли между-

народные банки и стал актуален вопрос о конкуренции. Из выше перечисленного перечня проблем можно сказать, что вся суть проблемы в не правильной мотивации персонала. К сожалению, саму систему мотивации персонала в управлении человеческими ресурсами банка в РФ начали использовать только в 2000х годах. Именно позднее использование мотивационных навыков обуславливает множество «пробелов» и открытых вопросов в данном поприще.

Стоит отметить, что от данных проблем в управлении человеческими ресурсами нужно постепенно избавляться, что позволит любому коммерческому банку занять лидирующую позицию в банковской деятельности. На мой взгляд, чтобы избавиться от этих проблем необходимо более подробно изучить основные черты банковского менеджмента на примерах западных стран.

В западных странах практикуется увязка заработной платы с результатами деятельности компании. Причем участие в прибылях может происходить в двух формах — прямой и косвенной. Прямая форма подразумевает выплату премий по результатам работы, а косвенная форма участие в капитале. Так, в США до 10% работников банковской сферы участвуют в капитале компании, а участие в прибылях практикуется в 15% банков Великобритании. Такие формы участия все больше и больше набирают популярность в Западных странах, возможно именно поэтому коммерческим банкам РФ стоит позаимствовать их у западных стран.

Наиболее ярким примером в управлении человеческими ресурсами в банковской деятельности среди западных стран является Японская модель банковского менеджмента. Наиболее важными особенностями банковского менеджмента в Японии являются:

- наличие в штате банка высококвалифицированных специалистов по менеджменту;
- отбор будущих сотрудников в банках на первых курсах высших учебных заведений по профилю «банковский менеджмент»;
- сотрудникам, работающим в банках и желающих подготовить трудоустроить своих детей по специальности банковский менеджмент предоставляются ссуды и подготавливаются рабочие места;
- гарантия постоянного повышения по карьерной лестнице и заработной платы, получение различных социальных льгот по системе «пожизненного найма», основным фактором которого является выслуга лет;
- осуществляется повышение квалификации сотрудников в специализированных учебных заведениях с временным освобождением от работы;
- система моральных поощрений сотрудников а так же ранговая система продвижения по служебной лестнице;
- метод самооценки сотрудниками своей работы параллельно оценке, которые выставили менеджера;
- практика горизонтального перемещения работников — способность изучения смежных профессий;
- регулярное проведение конференций и семинаров для менеджеров банка;

— наличие в штатах банка «крестных отцов» — опытных менеджеров, осуществляющих наставничество над молодыми сотрудниками в течение определенного времени (обычно это от 1 до 3 лет).

Стоит отметить, что для каждой страны и своего сектора существуют различные пути совершенствования и устранения проблем в управлении человеческими ресурсами коммерческого банка. На сегодняшний день существует большое количество технических, технологических средств решений данных проблем.

В подведении итога, хотелось бы сказать, что под решением проблем в управлении человеческими ресурсами

коммерческих банков РФ можно выявить следующие мероприятия, по улучшению качества управления персоналом:

- психологическое поощрение сотрудников;
- поиск способов не материального поощрения труда;
- максимально возможная автоматизация рутинных действий;
- забота и поддержание эмоционального климата коллектива;
- получение «обратной связи» (анкетирование, тестирование) работников.

Литература:

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами 8-е изд. — СПб.: Питер, 2004. — 825 с.
2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации Учебник — 4-е изд., доп. и пере раб — М.: ИНФРА-М, 2010. — 695 с.
3. Комарова, Т.В. Особенности формирования социального пакета в зарубежных странах.
4. Комарова, Т. В., Сардарян А. Р., Хожемпо В. В. Мотивационная функция социального пакета: Чем заинтересовать работника XXI века. Управление персоналом № 1 (186), 2008 г. стр. 57–61.
5. Одегов, Ю.Г., Т.В. Никонова, Д.А. Безделов. Банковский менеджмен. Управление персоналом. — М.: Экзамен, 2013. — 135 с.
6. Петроченко, А.А., Комарова Т.В. Современные технологии управления персоналом.
7. Чижов, Н.А. Персонал банка: технология управления и развития. — М.: Анкил, 2012. — 241 с.

Проблемы методов мотивации в таможенных органах

Османова Елена Викторовна, магистрант
Российская таможенная академия (г. Люберцы, Московская обл.)

В любой сфере жизнедеятельности и во все времена самыми жизнеспособными были сплоченные группы людей, сильные и дружные команды сотрудников, которые принимали цели и задачи организации за свои собственные. И самая главная задача любого руководителя — заразить коллектив желанием работать с полной отдачей, атмосферой дружбы и сплоченности во благо общей идеи, создать комфортные условия и предложить достаточно полномочий для реализации плана организации. Это относится также и к сотрудникам таможенных органов.

Мотивация персонала — процесс побуждения сотрудников организации к активной деятельности для удовлетворения своих потребностей и для достижения целей и реализации задач организации. Это один из способов повышения производительности труда. Мотивация труда персонала является ключевым направлением кадровой политики любого предприятия [8].

Выделяют следующие задачи мотивации:

— формирование у каждого руководителя особых подходов к управлению своими сотрудниками с использованием современных методов мотивации

— формирование у каждого работника организации самого понимания сущности и значения мотивации в процессе трудовой деятельности;

— обучение сотрудников и руководящего состава основам психологии в общении внутри организации.

Для того, чтобы решить поставленные задачи, необходимо проанализировать сам процесс мотивации в организации, установить зависимость между индивидуальной и групповой мотивацией, а также изменения в мотивации деятельности человека при переходе к рыночным отношениям. Перед работой над совершенствованием системы мотивации персонала необходимо прежде всего выяснить и учитывать пожелания хотя бы ключевых сотрудников в организации [2].

Из целого перечня стандартных проблем сотрудников следует особо выделить следующие:

1. Низкий размер денежного вознаграждения за трудовую деятельность.
2. Примитивность системы мотивации: часто жестко авторитарный стиль руководства отношении подчиненных, грубость, отсутствие похвалы и морального поощрения.

3. Несправедливость и нерациональность системы оплаты труда: субъективный подход в оплате труда, равная оплата труда работникам при различных уровнях результативности, завышенные оклады «своим» сотрудникам и тд.

Необходимо всегда помнить, что к любому сотруднику необходимы свой индивидуальный подход [4], разные типы поощрений, только в этом случае можно добиться успеха в мотивации служащих с разными потребностями.

Смысл процесса мотивации лежит в значении слов «потребности», «побуждение», «вознаграждение» и во взаимоотношении ими [1]. Потребности человека создают побуждения, направленные на получение вознаграждения; в этом и есть основа мотивации.

Именно на этой основе появилась теория иерархии потребностей А. Маслоу, на высшей ступени которой находится потребность в самоактуализации как высшем мотивационном факторе. В разработанной этим ученым потребностей у ее основания находятся физиологические потребности, за которыми в порядке возрастания расположились потребности в безопасности, социальные потребности, потребности в признании и потребность самоактуализации, выступающая в качестве высшей потребности человека.

Таким образом, мотивация — это процесс, начинающийся с физиологической или психологической потребности, которая активизирует поведение или создает побуждение, направленное на достижение определенного вознаграждения [3].

Проанализировав результаты многочисленных опросов среди сотрудников таможенной службы, можно сказать, что базовые потребности людей не удовлетворяются, это приводит к неэффективной трудовой деятельности, необходимости восполнения неудовлетворенных потребностей. Это вызывает негативное психологическое состояние людей и поиск способов решения проблем (многие сотрудники, например, нехватку денежных средств в семье восполняют преподаванием и ведением научной деятельности), и зачастую многие сотрудники прибегают к незаконным способам решения своих финансовых проблем, путем «таксования по вечерам-ночам», написанием курсовых и рефератов, продажей техники в магазинах по выходным дням и тд. А некоторые сотрудники рискуют свободой ради удовлетворения своих потребностей и потребностей своей семьи, развивая коррупционную составляющую в таможенной сфере, не видя других способов обеспечить достойную жизнь в современных условиях.

Согласно теории справедливости Дж. Стейси Адамса основная роль в выполнении работы и получении удовлетворения принадлежит степени справедливости (или несправедливости), которую ощущают работники в конкретной ситуации на своей работе. Когда человек чувствует, что отношение отдачи, которую он получает, к его вкладу в выполнение работы оказывается не равным соотношению у других работников, у него возникает ощущение несправедливости [5].

В таможенной сфере в настоящее время сложилась ситуация, когда большое количество основных ее специа-

листов, которые затрачивают заведомо больше усилий на трудовую деятельность в силу ее ответственности, сложности, при этом обладая высокой квалификацией, остро ощущают несправедливость по отношению к ним в соблюдении социальной и материальной справедливости.

Так, в центральном аппарате ФТС России по мотиву социальной несправедливости федеральных госслужащих уволилось почти в пять раз больше, чем сотрудников. Кроме того, по сравнению с 2015 годом, процент уволенных госслужащих по мотиву социальной несправедливости сократился лишь на пять процентов, в то время как сотрудников — на 47%.

А начало этой несправедливости было положено разделением таможенников на касты: сотрудники, федеральные государственные служащие-специалисты, федеральные государственные служащие — обслуживающие специалисты, что сразу же негативно сказалось на сотрудниках таможенных органов в социально-психологическом плане, и выразилось появлением непростых ситуаций в таможенных коллективах, недовольством, высказываемым таможенниками в различных опросах и исследованиях, неравной и несправедливой, по мнению многих, системой оплаты труда и социальных гарантий [7].

Итак, выделим четыре простейших принципа, соблюдение которых обычно дает возможность существенно повлиять на производительность труда сотрудников:

1. Для разных категорий сотрудников, для разных подразделений, для разных направлений должны существовать различные системы мотивирования.

2. Перед сотрудником должны ставить четкие, понятные и достижимые цели. Сотрудники должны представлять, как добиться желаемого результата

3. Цели, которые ставятся перед персоналом, должны постоянно меняться. Это дает возможность постоянно открывать новые скрытые резервы, апробировать новые методы работы.

4. Переменная часть зарплаты должна быть ощутимой для сотрудника. Если премии и бонусы будут незначительны, стремление трудиться эффективно не будет.

Также нет смысла вводить финансовую систему мотивации всем служащим. Во-первых, не все позиции служащих важны для жизнедеятельности организации, во-вторых, стоимость сотрудников на рынке труда разная. Это позволит решить задачу желания служащих расти и развиваться, выполняя качественно свои задачи и проявляя желание к большему [6].

Низкая мотивация сотрудников всегда является причиной возникновения отрицательных итогов в трудовой деятельности: спад результативности работы; понижение качества работы, проблемы в социально-психологической обстановке внутри трудового коллектива, ухудшение образа организации.

Поэтому проблема методов мотивации персонала как никогда является одной из самых актуальных в настоящее время.

Литература:

1. Волкова, В. В. Основание для применения поощрения государственных служащих // Современное право. 2013. N 6.
2. Горшкова, Е. В. Совершенствование системы мотивации труда государственных гражданских служащих. Автореферат дисс. канд. Соц. Наук. Москва, 2010. URL: <http://www.disscat.com/content/sovershenstvovaniyesistemy-motivatsii-truda-gosudarstvennykh-grazhdanskikh-sluzhashchikh>.
3. Зинченко, Г.П. Социокультурные основания функционирования государственной службы // Вестник адыгейского государственного университета. Серия 1: регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2012. № 2.
4. Овчаренко, Р.К. Управление государственной гражданской службой. Ростов-н/Д: Антей. 2011. с. 260.
5. Овчаренко, Р.К. И др. Система мотивации государственных гражданских служащих Ростовской области и результативность их профессиональной служебной деятельности (Результаты выборочного социологического опроса (сентябрь-октябрь 2014 года). М.: Изд-во Перо, 2014. с. 8—9.
6. Ролз Дж. Теория справедливости. М.: ЛКИ, 2010. Сорокина Л. И. // Мотивация персонала [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.bmpravo.ru/show_stat.php?stat=190.
7. Пилюгина, Т.А., Киселева О.В. Факторы стимулирования профессиональной деятельности государственных служащих как средство повышения эффективности государственной службы // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. N40
8. Самоукина, Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. М., 2006.
9. Фомичев, Е. В. Трудовая мотивация государственных служащих в условиях реформирования российской государственной службы. Автореферат дисс. канд. Соц. Наук. Ростов-на-Дону, 2011. URL: <http://www.disscat.com/content/trudovaya-motivatsiya-gosudarstvennykh-sluzhashchikh-v-usloviyakh-reformirovaniya-rossiiskoi>.

Пути совершенствования мотивации трудовой деятельности в таможенных органах

Османова Елена Викторовна, магистрант
Российская таможенная академия (г. Люберцы, Московская обл.)

Одним из факторов повышения эффективности современного государственного управления является повышение результативности профессиональной служебной деятельности государственных служащих. Поскольку именно государственные гражданские служащие составляют основу государственного аппарата, от эффективности их деятельности зависит эффективность всего государственного управления.

Для того, чтобы повышать результативность профессиональной служебной деятельности таможенников, необходимо эту деятельность стимулировать.

Стимулирование деятельности — это всегда, прежде всего, внешнее побуждение, элемент трудовой ситуации, влияющий на поведение человека в сфере труда. В частности, стимулирование труда сотрудников таможенной службы — это комплекс мер, направленных на обеспечение эффективной трудовой деятельности таможенного персонала путем принуждения, вознаграждения и побуждения. Цель стимулирования состоит в максимальной отдаче от использования социальных резервов служащих, что позволяет добиться результативности как отдельной

административной организации, так и государства в целом. Для этого используется мотивация.

Содержательный подход к мотивации изложен в некоторых теориях, вооружающих руководителя знаниями о разнообразных социальных стимулах: 1. Знать, какие потребности свойственны каждому специалисту (Маслоу). 2. Представлять, что присуще человеку от природы (МакГрегор). 123 Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. Выпуск № 4 (октябрь — декабрь) 2014г. Отдавать себе отчет о целостной организации работы, а не концентрировать внимание только на частных задачах (Герцберг). 4. Просчитывать соотношение ожидаемого результата и ценности вознаграждения для каждого работника (Врум). 5. Добиваться справедливого отношения к служащим (Адамс). Стимулирование и мотивация дополняют друг друга. Стимулирование направлено на закрепление структуры интесов и ценностей служащего. Мотивация ориентирована на изменение этой структуры для развития деятельного потенциала личности. Стимул становится мотивом, когда проникает во «внутренний» мир человека.

Основным элементом системы мотивации является материальное вознаграждение за труд сотрудникам с учетом сложности их работы. Однако материальная заинтересованность людей не является приоритетной. Она в обязательном порядке должна дополняться другими формами вознаграждения и мотивации.

Можно выделить следующие способы повышения мотивации персонала в таможене к эффективной работе:

— Реструктуризация работы — необходимо пересмотреть задачи внутри учреждения таможенной службы.

— Расширение должностных обязанностей для предоставления сотрудникам большей возможности для самореализации.

— Обогащение работы специальными проектами с целью расширения индивидуальной сферы ответственности, выявления новых ролей.

— Регулярная ротация кадров между структурными подразделениями для устранения возникающей монотонности на службе и информировании персонала о связанных задачах и функциях.

— Решение возникающих проблем в коллективе за счет формирования многофункциональных групп из числа сотрудников.

— Создание и обучение групп людей для проведения семинаров по обмену идеями и выработке решений различных проблем.

— Обучение и развитие — переориентация обучения на более широкий спектр вопросов профессионального развития.

— Ориентация структуры управления таможеней на качественные показатели и стимулирование с использованием адресной выплаты премий.

— Индивидуальное развитие сотрудников таможенной службы, возможность дополнительной подготовки и совершенствования собственной квалификации, за счет чего увеличивается потенциал карьерного роста.

— Гибкие условия работы.

— Возможность выполнять часть работы дома.

— Семинары по реструктуризации работы.

— Регулярные исследования степени удовлетворенности сотрудников с целью выявления изменений в общей атмосфере коллектива.

— Система внесения предложений сотрудниками — создание механизмов, с помощью которых сотрудники могут вносить неформальные предложения по изменению рабочей практики внутри департамента и его окружения.

— Внутренние журналы и информационные бюллетени — формирование внутреннего редакционного коллектива и выпуск журнала, содержащего официальную и общую информацию.

— Общественные и культурные мероприятия — выявить предпочтения сотрудников и организовать проведение соответствующих мероприятий.

— Медицинское обслуживание и прочие услуги — создать систему управления всеми льготами, с целью более

эффективного распространения информации и собственно выгод [1].

Для повышения мотивации труда сотрудников таможенной сферы необходимо прежде всего менять систему управления персоналом, которая существует на данный момент в ФТС, включающая в себя прогнозирование потребностей службы в специалистах определенной квалификации; маркетинг рынка труда с целью привлечения и отбора сотрудников, мотивация которых совпадает с целями развития и задачами службы; выбор наиболее талантливых студентов и выпускников для стажировки и дальнейшей работы в таможенной системе государственной службы; формирование банков кадров на федеральном и региональном уровне с целью ротации и продвижения персонала [2].

Конкурентоспособность таможенной службы с каждым годом падает в связи с меньшим денежным содержанием, чем в коммерческих структурах, плохими материально-техническими условиями труда, отсутствием системности профессионального совершенствования сотрудников и карьерного движения.

В организации приема персонала в таможенную службу необходимо улучшить информирование граждан по вопросам наличия вакансий на государственной службе, проведение конкурсов, оглашение итогов, в том числе путем размещения информации в глобальной сети Интернет. Из-за большой текучести кадров, персонал таможен необходимо пополнять профессионально подготовленными кадрами, оптимально использовать знания служащих, их навыки и способности, следить за рациональной половозрастной структурой, стимулировать постоянное развитие в профессиональной сфере.

Как показывает практика, при повышении квалификации и профессиональном переобучении должны учитываться специфические психологические особенности обучения сотрудников для повышения профессиональной и интеллектуальной активности сотрудников.

В сфере повышения квалификации сотрудников необходимой инновацией, способствующей мотивации труда, заинтересованности в содержании работы, явилось создание в каждом органе власти «корпоративного университета», функционирующий путем взаимодействия образовательных учреждений и кадровых служб таможни.

Деятельность данного «корпоративного университета» должна основываться на принципах диагностики персонала с целью выявления потребности в знаниях и навыках; разработки и адаптации обучающих программ; создания отдела обучения, курирующего образовательный процесс; накопления и обновления информационной обучающей базы внутри организации; системного подхода к обучению: целостности подачи информации, согласованности отдельных дисциплин. Получение дополнительного образования способствует профессиональному развитию государственных служащих не только прямо, но и косвенно. Кроме того, получение этого образования становится не вершиной, а лишь ступенью в профессиональном

и личностном росте государственных служащих. А саморазвитие и личное развитие служащих таможни, в свою очередь, станут важной частью развития гражданского общества и правового государства [3]

С целью повышения мотивации трудовой деятельности таможенников были внесены предложения внедрить зарубежный опыт обучения государственных служащих:

- ввести обучение руководителей, формирующее стратегическое системное мышление и развитие лидерских качеств;

- организовать ротацию внутри службы, стажировки в частных компаниях,

- привлечь к трудовой деятельности индивидуальных наставников.

Создание условий для карьерного продвижения государственных служащих, их профессиональной самореализации, наилучший выбор наиболее соответствующего должности кандидата дает возможность сформировать упорядоченную систему прохождения государственной службы, что снижает текучесть кадров, повышает стабильность и эффективность деятельности таможенных органов.

Очень важным на службе является информированность сотрудника относительно его дальнейшего должностного продвижения. Наличие индивидуальных планов развития позволяют удовлетворить потребности работника в профессиональном росте, приобрести уверенность в собственных силах, обеспечить стабильность поведения

за счет создания системы планового перемещения внутри службы.

Карьерный рост, включенный в индивидуальный план развития сотрудника способствует комплексному удовлетворению самых значимых потребностей сотрудника.

Одной из форм повышения трудовой мотивации является предоставление выбора дополнительных вознаграждений за трудовую деятельность, которые соответствуют значимым потребностям сотрудников: напр., льготами (беспроцентная ссуда на приобретение жилья, оплата спортивных занятий, бесплатные обеды и др.) могут воспользоваться сотрудники таможенной службы с определенным стажем работы.

Также большую роль в организации играют мотивы социально-психологической направленности (укрепление чувства причастности к организации, подтверждение значимости каждого государственного служащего, формирование межличностных коммуникативных связей).

Таким образом, выбор пути совершенствования мотивации трудовой деятельности зависит от значительного количества факторов с учетом реалий настоящего времени. Каждый руководитель выбирает свою стратегию и идет по своему пути. Если в результате выполненных мероприятий, руководитель не получил желаемые результаты, он либо выбрал не ту стратегию, либо не реализовал ее в должной мере. Коррекция персоналоведческих практик позволяет впоследствии обеспечить благоприятные условия для мотивации служащих [4].

Литература:

1. Зинченко, Г.П. Социология управления. Ростов-на-Дону: Феникс, 2004, с. 268.
2. Овчаренко, Р.К. И др. Система мотивации государственных гражданских служащих Ростовской области и результативность их профессиональной служебной деятельности (Результаты выборочного социологического опроса (сентябрь-октябрь 2014 года). М.: Изд-во Перо, 2014. с. 8–9.
3. Лотова, Н. И. Профессиональная карьера госслужащих: вариативный подход // Человек и труд. № 10, 2003.
4. Овчаренко, Р.К. И др. Указ. соч. с. 20.

Научные подходы к определению прибыли организации

Романова Екатерина Геннадьевна, студент;

Кудинов Сергей Сергеевич, студент

Научный руководитель: Кара Анна Николаевна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти)

В статье рассматривается прибыль организации как показатель эффективности её деятельности. Проанализированы различные трактовки понятия «прибыль», виды прибыли и её сущность.

Ключевые слова: *прибыль, минимальная прибыль, нормальная прибыль, максимальная прибыль, консолидированная прибыль, экономическая прибыль, чистая прибыль, бухгалтерская прибыль*

Современные условия ведения бизнеса характеризуются рыночной экономикой, которая в свою очередь предъявляет очень высокие требования к управлению хо-

зяйствующим субъектом. Экономическая ситуация (мировая, страны или региона) динамично изменяется, заставляя руководителей компании принимать оперативные

решения по осуществлению мероприятий поддержки финансового состояния, а также решения, связанные с изменением политики компании в соответствии со сложившимися условиями.

Благодаря прибыли организация живет, продолжая свою деятельность, и развивается в разных направлениях: расширении производства, выпуска новой продукции, расширении сети продаж и т. д. Поэтому прибыль можно определить как основную цель предприятия и показатель результатов его деятельности. Каждый хозяйствующий субъект сам планирует свою деятельность и дальнейшее развитие, но подобные решения следует принимать исходя из факторов спроса, возможностей организации и необходимости в дальнейшем развитии.

Фролова Т. А. объясняя значение понятия «прибыль», говорит, что это определенная часть выручки, которая остаётся в организации после вычета всех затрат на производство и реализацию продукции [6].

И. А. Бланк поясняет, что прибыль — это вознаграждение за предпринимательский риск, т. е. доход предпринимателя, выраженный в денежной форме на вложенный капитал. Прибыль представляет собой разницу между общим доходом и общими затратами в процессе осуществления предпринимательской деятельности [3].

Можно сделать вывод, что прибыль представляет собой часть вновь созданной стоимости и одну из форм чистого дохода организации. Организация получает прибыль после того, как вложенная в производство стоимость осуществляет стадию производства и в конечном итоге принимает денежную форму. Прибыль — это часть выручки, которая остается у организации после вычета всех налогов и затрат на производство продукции. Получение прибыли — это главная цель коммерческой организации.

Прибыль как экономическая категория выступает:

- в качестве основной цели деятельности коммерческой организации;
- результатом деятельности организации, который можно оценить;
- источником развития организации и финансирования его дальнейшей деятельности.

Получение организацией прибыли может удовлетворить интересы разных экономических субъектов: государства, работников организации, её собственников и самой организации.

Удовлетворение экономических интересов государства происходит путем уплаты организацией налогов. Для государства выгодно, чтобы предпринимательство в стране возрастало, а уже действующие организации продолжали свою деятельность. Ведь благодаря налогам, в бюджете страны формируются денежные средства, которые будут направлены на решение стратегически важных задач.

У организации экономические интересы заключаются в увеличении доли прибыли, которая остается в её распоряжении. Чем больше сумма прибыли, получаемой организацией, тем больше денежных средств организация может направить на развитие производства продукции.

Экономические интересы работников связаны с увеличением их заработной платы. Увеличение прибыли организации дает возможности для дополнительного стимулирования сотрудников.

Собственники организации в первую очередь заинтересованы в увеличении прибыли. Рост прибыли предполагает увеличение получаемых собственниками дивидендов, а также увеличение ресурсов их собственности.

Сущность прибыли может рассматриваться с различных позиций. Наиболее распространенным является рассмотрение прибыли с функциональной точки зрения и с позиции происхождения.

Функциональный подход, основоположник, которого американский экономист П. Самуэльсон, определяет прибыль:

- как безусловный доход организации от факторов производства;
- как вознаграждение за предпринимательскую деятельность, всевозможные нововведения и усовершенствования, за риск в условиях неопределенной внешней среды;
- как монополистический доход в конкретных рыночных ситуациях;
- как этическую категорию.

С позиции происхождения, сторонники которой немецкие экономисты Ф. Хайек, Д. Сахал, прибыль рассматривается как:

- «награда», заработанная в результате предпринимательской инициативы;
- «неожиданная» прибыль, которая получена при благоприятных стечениях обстоятельств, признанную органом государственной власти или соответствующим законодательством, т. е. легализованную.

В экономике различают множество видов прибыли — номинальную, минимальную, нормальную, целевую, максимальную, консолидированную, экономическую, бухгалтерскую, чистую и другие.

Номинальная прибыль характеризует фактический размер прибыли, полученной организацией.

Минимальная, нормальная, максимальная прибыли связаны с разными уровнями объема производства и указывают, в какой области находится предприятие (безубыточности, прибыльности или убыточности). Минимальная прибыль обеспечивает организации минимальный уровень дохода на инвестируемый в производство капитал, иногда она способна лишь погасить затраты на производство продукции.

Нормальная прибыль — это минимальный доход, необходимый для удержания организацией своих позиций в отрасли.

Максимальная прибыль — это цель организации. Именно максимальная прибыль указывается при планировании деятельности организации. Достичь максимальной прибыли можно в результате снижения издержек на производство и реализацию продукции до минимума.

Консолидированная прибыль свободна от бухгалтерской отчетности о деятельности и финансовых резуль-

татах отдельно материнских и дочерних организаций. Применение консолидированной прибыли выгодно в связи с экономией на налоговых платежах и снижении отрицательных последствий в реализации рисков.

Экономическая прибыль — это разница между выручкой, т. е. валовым доходом и экономическими издержками.

Важнейшим показателем эффективности организации является прибыль. Но получить прибыль она может только в том случае, если производит продукты и услуги, которые реализуются, т. е. удовлетворяют потребности потребителей. Производить продукцию, удовлетворяющую потребности, необходимо по цене, приемлемой как для производителя, так и для потребителя. Это важно лишь в том случае, когда организация поддерживает определенный уровень расходов, т. е. когда затраты на производственные ресурсы меньше, чем полученная выручка. Если предприятие не укладывается в такие рамки, не получает прибыли от своей деятельности, оно вынуждено признать себя банкротом.

Согласно ст. 252 НК РФ «расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты (а в случаях, предусмотренных статьей 265 настоящего Кодекса, убытки), осуществленные (понесенные) налогоплательщиком» [1].

В ПБУ 10/99 «Расходы организации» дается следующее определение. «Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)» [2].

Прибыль является характеристикой конечных финансовых результатов деятельности организации, а также источников финансирования затрат на производственное, технологическое, социальное развитие.

Различают два подхода к определению прибыли:

Бухгалтерская — это та сумма денег, которая остается в организации после уплаты всех задолженностей перед поставщиками и собственными работниками.

Источниками бухгалтерской прибыли являются реали-

зация продукции, прочая реализация, внереализационные операции.

Экономическая — это та сумма денег, которая остается в организации после уплаты всех обязательств и вычета организацией чистой прибыли, которую можно использовать на совершенствование текущей деятельности.

Источниками экономической прибыли является реализация продукции, прочая реализация, внереализационные операции, инновационная деятельность, монопольная ситуация, не страхуемые риски, к которым относятся изменение рыночной конъюнктуры, налогового законодательства, риск, связанный с освоением новых товарных территориальных рынков, риск, обусловленный наличием инфляционных процессов в национальной экономике.

Прибыль в организации это не только основная цель, но и главное условие её деловой активности. При оценке уровня деловой активности проводят различия между фактической прибылью, полученной организацией и ожидаемой прибылью, которую можно было бы получить в будущем.

С учетом этого различают следующие функции прибыли:

— Инвестиционная. Ожидаемая прибыль — это основа для принятия инвестиционных решений;

— Результативная. Фактическая прибыль оценивает эффективность основной деятельности компании;

— Финансирующая. Часть прибыли, и фактической, и ожидаемой всегда определяется, как источник самофинансирования организации;

— Стимулирующая. Часть полученной и ожидаемой прибыли может быть использована, как стимул материального характера для работников организации и выплата дивидендов собственникам капитала.

Таким образом, прибыль характеризует эффективность использования всех ресурсов организации, является разностью между полученной выручкой и затратами на производство и реализацию продукции. Прибыль является основной целью коммерческой организации. Экономические интересы организации заключаются, в увеличении доли прибыли, которая останется в организации и может быть направлена на дальнейшее её развитие.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2016) // СПС «Консультант плюс».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» [Электронный ресурс]: Утверждено Приказом Минфина России от 6 мая 1999 г. № 33н // СПС «Консультант плюс».
3. Бланк, И.А. Управление финансовыми ресурсами [Текст]: учебник / И.А. Бланк. — М.: Омега-Л, 2011. — 768 с.
4. Клишевич, Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ [Текст]: учебное пособие / Н.Б. Клишевич. — М.: КНОРУС, 2016. — 304 с.
5. Фролова, Т.А. Экономика предприятия [Текст]: учебник / Т.А. Фролова. — Таганрог: ТТИ ФЮУ, 2012.

Развитие кадрового потенциала через коучинг

Сагимбаева Эльвира Сагиджановна, магистрант
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В современном мире роль кадрового потенциала предприятия становится всё более очевидным. Кадровый потенциал организации — важный фактор повышения ее конкурентоспособности и эффективности. Однако будущее персонала предприятия напрямую связано с их ценностью которую они могут принести для организации. Из чего можно заключить, что и для сотрудников, и для предприятия в целом актуальным является вопрос непрерывного развития персонала. Иначе говоря, развитие кадрового потенциала, то есть процесс получения новых знаний, умений и навыков, необходимо не только на данном этапе, но и в перспективе. Таким образом, если организация заинтересована не только в текущем результате, есть смысл задуматься о стратегических программах развития персонала.

Безусловно, во многих крупных компаниях сегодня проводятся различные мероприятия, нацеленные на развитие сотрудников: семинары, тренинги, курсы и так далее. Определенно, такие мероприятия дают возможность сотрудникам получить необходимые знания, развить в себе нужные качества. Все же, современные условия требуют непрерывного развития, а не разовых мероприятий, а это возможно достичь лишь непосредственно в процессе работы. В современной изменчивой среде организации могут добиться успеха только в том случае, если им удастся поднять методы своей работы на качественно высокий уровень. В целях достижения вышесказанного целесообразным будет использование коучинга.

Потенциал каждого работника и группы уникален, поэтому коучинг для их полного раскрытия предлагает повысить качество трудовой жизни путем повышения внутренних качеств человека.

Многие компании скептически относятся к термину коучинг, так как оно ново для нашего общества, и мало кто понимает, о чем собственно идет речь. Коучинг — явление для нашего бизнеса действительно новое. И хотя на Западе коучинг используется уже давно, в России этот метод работы с людьми в организациях только начинает получать свое признание. Сейчас мы говорим о применении коуч-инструментов в управлении для раскрытия потенциала наших сотрудников, что называется, без отрыва от производства.

По определению Тимоти Голви, коучинг означает раскрытие потенциала личности для максимизации собственной производительности и эффективности труда. К главным задачам коучинга следует отнести: разрешение проблемных ситуаций, принятие конечного решения, стимулирование самообучения, раскрытие потенциала, повышение мотивации. Инструментом коучинга являются

вопросы, помогающие человеку разобраться в себе, в ситуации. [1]

В современной интерпретации коучинг — это не только эффективный стиль управления. Это ещё и наиболее экономически выгодное средство развития персонала. Действительно, вопросом повышения эффективности своих подчинённых занимаются сами менеджеры в рабочее время и на рабочем месте, причём без какого-либо ущерба производительности. Процесс развития происходит естественно и является частью рабочего процесса. Для этого достаточно лишь обучить менеджеров навыкам коучинга и дать им время на их практическое усвоение. После этого процесс коучинга органично впишется в процесс руководства, сделает его менее директивным и, при этом, более эффективным.

Коучинг может ускорить путь к успеху и позволит сэкономить огромное количество денежных средств и годы потраченного времени, путем преодоления внутреннего страха, развития правильного мышления, формирования правильных деловых взаимоотношений, так, советы и направления, полученные в процессе являются бесценными.

Что касается подходов в коучинге, то можно выделить 2 подхода которые имеют противоположенные специфические особенности:

1. Директивный подход
2. Недирективный подход

Директивный стиль воспринимается как указание сделать что-то, а недирективный — как совет.

При директивном подходе коуч в высшей мере осведомлен и разбирается во всех тонкостях бизнеса (достижимой цели) обучаемого. Данный подход отличается жесточайшим давлением на человека. При директивном подходе коуч руководит человеком, направляя его в нужное русло, давая советы. Директивный подход имеет некоторую схожесть с тренингом, поскольку в данном подходе, так же, как и в тренинге, эксперт дает советы из личного и профессионального опыта.

В случае недирективного коучинга обучающийся в большей мере ответственен за определение направлений своего развития, так как коуч в данном случае не дает советов и направлений, он лишь задает правильные вопросы, в процессе которых человек сам делает выводы и выбирает путь дальнейших действий.

Коучинг направлен на раскрытие потенциала человека с целью максимального повышения его эффективности. Лозунг который непрерывно связан с термином коучинг: «Каждый человек, каждый сотрудник компании обладает колоссальным потенциалом. Но далеко не всегда он может этот потенциал раскрыть и реализовать». Но широко распространённая сегодня директивная система

управления просто не позволяет ему сделать это. В результате сотрудник работает в полсилы, теряет интерес к работе и мотивацию, эмоциональная удовлетворённость его низка, а это негативно сказывается на его продуктивности. Даже после того, как сотрудник прошёл обучение на тренинге или курсах, у него, зачастую, просто нет возможности реализовать на практике все полученные им новые знания и умения. А это не только снижает его мотивацию, но и делает обучение, по сути, бесполезным. Использование коучинга помогает наиболее полно раскрыть потенциал каждого сотрудника и использовать его в интересах организации. И, конечно же, помогает применить на практике все полученные в процессе обучения знания и умения. Коучинг не учит, а помогает учиться. [2]

Коучинг имеет свои специфические инструменты. Инструменты коучинга — это такие приемы и технологии, которые помогают добиться успеха в продвижении к цели. Можно выделить следующие инструменты коучинга:

- Активное слушание
- Коуч-позиция
- Создание доверия (обратная связь)
- Трансформационные, сильные вопросы
- Заключение контракта
- Формат конечного результата
- SMART — правила формулирования цели, намерения, желания

В процессе коучинга менеджер не инструктирует сотрудника, не даёт ему указаний. Он задаёт вопросы. Эти вопросы помогают сотруднику лучше уяснить поставленную перед ним задачу, посмотреть на неё в новом ракурсе, найти наиболее эффективный способ её решения, а также найти все необходимые ресурсы для воплощения

этого решения в жизнь. Важно здесь и то, что в процессе ответов на вопросы сотрудник уже включается в процесс решения стоящей перед ним задачи, то есть задача становится его собственной. При этом сотрудник порой открывает в себе совершенно новые возможности, ресурсы и качества, которые в последствии использует для своей работы. Таким образом, сотрудник в работе максимально задействует все свои знания и умения, все свои ресурсы. Большую роль здесь играет и эмоциональная составляющая. В процессе коучинга сотрудник лучше осознаёт сложившуюся ситуацию и требования руководства. Он сам принимает на себя ответственность за свои действия. Кроме того, он видит, что его собственное видение ситуации и его мнение имеет определённое значение для руководителя. Всё это естественным образом мотивирует человека, что, в свою очередь, позитивно сказывается на продуктивности его работы.

Менеджеру эти вопросы, которые он задаёт в процессе коучинга, позволяют прояснить для себя, насколько хорошо и правильно его сотрудник усвоил поставленную задачу, насколько включился в процесс её решения, а также узнать, что нужно этому сотруднику для более продуктивной работы, чем и в чём ему можно помочь. Процесс коучинга занимает значительно меньше времени, чем подробное инструктирование, но при этом он гораздо более эффективен. Кроме того, сам процесс коучинга повышает авторитет руководителя в глазах его подчинённых.

Коучинг, так же, как и тренинги, имеет своей целью повышение производительности и эффективности труда на предприятии. Но всё же имеет явные преимущества над ними. В таблице 1 и на рис. 1 приведены этому доказательство.

Таблица 1. Основные отличия коучинга и тренинга

Признаки	Коучинг	Тренинг
Главная цель	Раскрытие потенциала и талантов человека	Развитие умений и навыков
Ключевой концепт	«Не умеешь? Не верю!»	«Не умеешь — научим!»
Влияние	Развитие осознанности своих талантов и раскрытие потенциала человека	Формирование умений и навыков по применению освоенных знаний
Позиция клиента	Творческое генерирование идей и решений, с принятием личной ответственности за их воплощение и в целом за свою жизнь	Наработка навыков в рамках внешних требований к необходимым компетенциям
Ключевые компетенции эксперта	Технологии интенсивного самосознания и самоэффективности личности	Технологии интенсивного научения
Позиция эксперта	Коуч следует за клиентом или группой без строгого плана	Тренер действует по заранее подготовленной программе

Так, опираясь на данные, указанные в таблице 1, можно заключить следующее: Тренинги основаны на приобретении определенных навыков, тренируемых в программе. В процессе коучинга цели устанавливаются лично каждым человеком или группой при помощи **коуча**. Тренер обычно следует установленной заранее программе, коуч же следует за клиентом без строгого плана. Целью тренинга яв-

ляется приобретение конкретных навыков, иногда изменение отношения к работе, а в коучинге — решение задачи через развитие самостоятельности и ответственности за результат у сотрудника. Ключевой концепт каждой программы уже говорит о направленности действий каждой из программ. Если для тренинга предложение тренером своих путей решения проблем в достижении эффек-

тивности является нормой, то в коучинге, основная цель в повышении внутренней уверенности каждого участника, в процессе которого, последний четко видит стоящую перед ним цель, принимает на себя ответственность, сам выбирает путь дальнейших действий. Что касается позиций занимаемых участниками данной программы (эксперта и клиента), то в случае с тренингами, эксперт-тренер дает

советы своему клиенту, а тот, в свою очередь, четко действует, по выработанной тактике действий. В коучинге позиции каждого участника имеют иное значение. Коуч не пытается передать свой личный или профессиональный опыт своему клиенту, а задает вопросы, в процессе которого, отвечаю на поставленные вопросы, клиент приходит к определенным выводам.



Рис. 1. Вовлеченность сотрудников в процессе коучинга и тренинга

Таким образом, коучинг является наиболее эффективным средством повышение кадрового потенциала предприятия, путем 100 %-го вовлечения сотрудников в данный процесс.

Анализируя таблицу 1 и диаграмму 1 можно сделать следующие заключение.

Коучинг обладает множеством преимуществ. Он:

1. Помогает в раскрытие потенциала сотрудника предприятия.
2. Повышает личностный рост.
3. Улучшает продуктивность деятельности предприятия.
4. Быстрое обучение «без отрыва от работы».
5. Помогает клиенту сосредоточить внимание на том, что действительно важно, отсеяв все второстепенные детали.
6. Способен направить клиента на правильный путь, который действительно приведет к быстрому личностному и профессиональному росту.

Литература:

1. Коноплёва, Г.И., Борщенко А.С. Коучинг как основа развития персонала в условиях инновационной среды // Современные наукоемкие технологии. — 2013. — № 10–2. — с. 190;
2. Дж. Уитмор. Коучинг высокой эффективности. /Пер. с англ. — М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. — с. 17

7. Может помочь имеющимся у клиента навыкам и знаниям обрести совершенство.

8. Позволит сэкономить денежные средства предприятия.

Таким образом, конечный результат менеджмента методом коучинга можно сформулировать так: достигается связь персональных целей и целей организации. коучинг позволит сотрудникам максимально быстро адаптироваться к этим изменениям, найти пути повышения своей эффективности в новых условиях, найти в себе ресурсы для соответствия новым условиям, добиться максимальной самореализации. Работники начинают понимать, что они достигают своих целей в организации, начинают жить в ней, работать ради организации.

Применение коучинга — это новый взгляд на персонал организации, в которой каждый сотрудник является творческой личностью, способный самостоятельно решать задачи, проявлять инициативу, делать выбор, брать на себя ответственность и принимать решения.

Problems and prospects of economic development in Russia

Sidorenko Anastasiya Olegovna, student;

Marchak Anna Olegovna, student

Saint-Petersburg State University of Economics

Сидоренко Анастасия Олеговна, студент;

Марчак Анна Олеговна, студент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

As is known, Russia's economy is currently experiencing a rather difficult times, many scholars describe as the financial and economic crisis of 2014–2015 years. First Vice Prime Minister of the Russian Federation Igor Shuvalov said that the crisis in Russia, the Russian economy began in the year 2008, and now it was only apparent [1, p. 7].

After the economic crisis of 2008–2009 seemed that the measures taken by the Russian government could lead the country out of the next test, and in 2010–2011 the country entered a period of recovery. However, since 2012 economic growth began to decline, then came even certain recession — in 2012. The rise in oil prices, «spoiled» structural reforms in the Russian economy.

By the beginning of 2014, in the Russian economy have accumulated negative trends, which were the result of problems accumulated and are not permitted in previous years, such as the lack of confidence on the part of the business and its low business activity, the transition of the Russian economy to a prolonged stagnation with priority consumption growth and decline investments; a constant outflow of capital; growth of budget commitments and unsecured, and the weakening of market and legal institutions [2, p. 35].

The main impetus for the deterioration of the economic situation in Russia in 2014 was the drop in world prices for oil (the end of 2014, oil prices have fallen almost by half), as well as the imposition of economic sanctions by the West against Russia because of the events in Ukraine.

. However, if more deeply consider the reasons for the Russian economy crisis, 2014–2015, it is possible to allocate two basic: it's aggressive foreign policy of the USA and market dependence of the Russian economy on world markets.

Let us consider in more detail the reasons for the data. Many economists believe that the aggressive foreign policy of the USA is due to «a change of technological structures and the age-old cycles of accumulation, in which there is a deep restructuring of the economy on the basis of fundamentally new technologies and new mechanisms of reproduction of capital» [3]. During these periods, «is a sharp destabilization of the system of international relations, the destruction of the old and the formation of a new world order, which is accompanied by the wars between the old and new leaders for dominance in the world market» [3].

And indeed, the world wars, and then the Cold War between the United States and the Soviet Union have made it possible to capture the US global leadership due to their excellence in the development of new technologies and the es-

tablishment of a monopoly on the issue of global money — dollars.

In modern times, significantly ahead we see China in the wake of the growth of the new technological order, but the accumulation of capital in Japan creates opportunities for global reproduction of capital has shifted to Southeast Asia.

Facing difficulties over accumulation of capital in the financial pyramids, and in the long-obsolete industries, including the loss of markets for its products and a drop in the dollar role in the implementation of international operations, America tries to keep its leadership position by deploying the war in the Middle East to weaken as its competitors and their partners.

Economic sanctions imposed by Western countries against Russia because of the annexation of the Crimea and the armed conflict in eastern Ukraine, which, according to the West, launched a Russian — is the result of Russophobia and aggressive policy of the United States. Russian Foreign Minister Sergei Lavrov believes that economic sanctions America avenges independent Russian policy pursued by President Vladimir Putin.

Economic sanctions are a ban on cooperation with the Russian western companies, and declared an economic blockade of the Crimea.

Also, quite a negative impact sanctions are linked to restrictions on investment. Such sanctions hinder Russian companies and banks to access the external debt market, which does not allow to fully refinancing the foreign debt.

Another reason is the dependence of the Russian economy on world markets. Many economists believe that the dependence of the Russian economy on world markets is due to the structural crisis in the Russian economy and its excessive financial openness.

This is explained by the fact that in recent years in the industrial structure of the Russian economy significantly increased the proportion of fuel and energy complex, is the basis of export potential, as well as the basic complex of the Russian economy as a whole.

The oil «needle» for the Russian economy has become vital because of the international oil prices depends on the rate of Russian ruble and export of petroleum products is considered to be the main criterion for the stability and survival of the Russian economy. For example, almost all the costs and revenues of the Russian budget is calculated on the basis of forecast estimates on global oil prices.

Many economists have criticized as carried out in the Russian monetary policy, in which advantage is given to for-

eign capital, which is connected to emission centers of world currencies. [4]

The result of this policy was the significant external dependence of Russian economy on external markets, raw materials Russian specialty, degradation in the investment sector, the decline in the manufacturing industry, as well as the subordination of the Russian financial system to foreign interests.

The solution to all the problems and the speed of recovery from the crisis are closely linked with the choice of Russia's economic policy. Russian economists NV Akindinova and EG Yassin believed that [1, p. 10] the following scenarios in the development of the Russian economy:

— Inertial scenario, when not able to happen modernization of the Russian economy and advance the European Union and the United States;

— Mobilization scenario, when an attempt is made of the mobilization by the consolidation of society around the idea of development of the country, regardless of the Western world. In this scenario may occur spurt in the rate for a short period and then can come the exhaustion of resources and the economy transition to a deep recession or even a recession;

— A breakthrough. This scenario is difficult to implement, because Russian society is not ready to perception of liberal ideas and the implementation of reforms;

— Gradual development, which is associated with the construction of an evolutionary system of checks and balances, which will balance the interests of the oil and gas and the power of the oligarchy, which tend to concentrate resources and discrimination of others. Only in this way it is possible to go to higher rates of economic growth that will be enough for the modernization of the economy, or at least to avoid a long recession.

This scenario, according to N.V. Akindinova and E. G. Yassin, particularly for the package of institutional reforms, allows a fairly short period of time to enter the rates that exceed the rate of growth in Western Europe, and possibly in the United States.

According to A. V. Schankin and L. L. Zhabyko to the Russian economy as quickly as possible «out» of the crisis, it is

necessary to perform a number of tasks.

Russia needs to overcome the lag in the use of modern technology to facilitate the management of production development.

State banking system of Russia should concentrate investment on the most promising directions in the development of the economy, which will compensate for the absence of an efficiently operating market mechanism flow of capital.

Overcoming the existing imbalances in the fiscal system, which implies a reduction of the tax burden on labor and production activities, as well as the expansion of non-tax revenue sources, primarily of payments for use of natural resources [9].

Considering the forecasts for the prospects of the Russian economy in 2017 it can be seen that the economists cannot agree to what the general opinion, as is currently the country's economy is undergoing a not very easy times, the situation is quite changing rapidly, which means that to make any the stable outlook is problematic. The experts still make assumptions about the future of the country, thinking up various scenarios, as the Russians need to know what they should prepare.

Overall, the economic outlook for 2017 can be called a relatively neutral and, therefore, the prospects of life in Russia can be considered approximately the same, that is not good, but like anything bad should not be expected. The peak of the crisis seems over, and so we can assume that the economy will begin to recover, but it is probable that the economic recovery will be quick, minimal. On the recovery of the purchasing power of the population, the development of Russian industry and the normalization of Russian banks need some time, but according to all the forecasts, this process still will not be too lengthy in time.

Summing up we can say with certainty, in Russia there are all possibilities for overcoming the crisis and revitalize the socio-economic development. The interest of the international business in Russia is still very high and, despite sanctions, to talk about the international isolation of Russia simply superfluous.

References:

1. Lapin N. V. Problems and prospects of development of the Russian economy // Economy, management, finance: the VI Intern. scientific. Conf. (Krasnodar, February 2016). — Krasnodar: Novation, 2016. — S. 7–10.
2. Akindinova N. V., Yasin E. G. A new stage of economic development in post-Soviet Russia: rep. XVI to April. Intern. scientific. Conf. on the development of economy and society, Moscow, April 7–10. 2015 / N. V. Akindinova, E. G. Yasin; Nat. issled. Univ «Higher School of Economics». — M.: Publishing. Home Higher School of Economics, 2015. — 35 c.
3. Glazyev S. Y. About external and internal threats to Russia's economic security in terms of US aggression: Scientific report / Russian Academy of Sciences, Moscow, 2014; Glazyev S. Y., Batchikov S. A., A. B. Kobayakov stand up (report Izborsk Club) — Access: <http://www.trinitas.ru>.
4. Otyrba A. Kobayakov A. How to win the financial war. Almanac «however». June-July 2014 — Access: <http://www.odnako.org>
5. D. V. Tulin Looking seignior age, or the easy way to prosperity (Review of the controversy around the policy of the Bank of Russia) / «Money and Credit» — № 12–2014: Access mode: <http://www.icpress.ru>
6. The official website of the Russian Government — Access: <http://government.ru>

7. The official website of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation — Access: <http://economy.gov.ru>
8. The official website of the Federal State Statistics Service — Access: www.gks.ru; Information site ANO Levada Center — Access: <http://www.levada.ru>
9. Schankin A. V. Zhabyko L. L. Economic policy in modern Russia under the crisis, 2014–2015 gg. // 2015, № 3 (4), pp. 17–20.

Формирование инвестиционной стратегии инновационного развития строительных предприятий

Скаринский Константин Олегович, магистрант;

Пономарева Валерия Игоревна, студент

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I

Инновационная деятельность любой организации должна быть направлена на улучшение условий и качества жизни людей, а в предпринимательской среде на повышение эффективности функционирования экономических систем. На современном этапе развития российской экономики важно четко понимать проблемы инновационно-инвестиционной тематики для эффективного использования существующих структурных единиц в поиске оптимально эффективных путей выхода из кризиса [1, 2]. Каждый инновационно-инвестиционный процесс представляет собой комплекс действий способствующих улучшению качественных характеристик продукции, систем производства и условий жизни. Результат эффективности всех видов инноваций обладает, по существу, социальной значимостью.

Создание руководством строительной компании инвестиционной привлекательности для инвесторов является основой для активизации инновационно-инвестиционной деятельности предприятия. Конкурентная среда для своего существования активно использует природные ресурсы, тем самым постепенно ее истощая. Все увеличивающееся расходование не возобновляемого потенциала планеты диктует научному миру прилагать всё больше усилий для развития инновационных технологий по всем направлениям производственно-хозяйственной деятельности. Сегодня инновации как никогда являются самым важным фактором развития строительных организаций. Большое влияние в рыночной экономике инновации оказывают на повышение конкурентоспособности и это происходит благодаря стремлению и желанию предпринимателей добиваться конкурентных преимуществ, за счет использования инновационных технологий, продукции и организации производства [3, 4, 5]. Большой вклад инновации вносят в сохранение среды обитания это может быть возможно лишь в приложении усилий всего общества, так как отдельный предприниматель не понимает своей задачи в этой области, он не чувствует потребности в сохранении собственными силами среды для обитания.

В рыночной экономике основным показателем эффективности роста строительного предприятия является кри-

терий увеличения прибыли, дохода и рентабельности. Когда инновации положительно влияют на снижение издержек, конкурентоспособность строительного бизнеса повышается, растёт объём реализуемой продукции, увеличиваются прибыли и рентабельность бизнеса, расширяются границы рынка, увеличивается стоимость предприятия. Основой способствующей повышению эффективности строительства и развития экономических систем стали инновации. Предприятие, стремясь удержаться на рынке, постоянно использует различные ресурсы, включая и инновации [6, 7]. При помощи инновационно-инвестиционного процесса обеспечивается улучшение производства на базе прироста качества используемых ресурсов, которое измеряется показателем ресурсоотдачи [8, 9]. При управлении бизнесом необходимо в первую очередь оптимально улучшить состав, объём производства, качество строительной продукции и взаимодействие всех ресурсов. Полезные результаты технологических инноваций, как известно, проявляются в применении новых строительных технологий или улучшение уже существующих. Это приводит к снижению удельных расходов основных ресурсов из расчета на единицу продукции и увеличению ресурсной отдачи. В результате происходит снижение себестоимости продукции и, при прочих равных условиях, увеличивается прибыль [10, 11].

Инновационно-инвестиционная деятельность строительного предприятия по совершенствованию своей продукции проявляется в улучшении качества строительства и приросте объемов возводимых объектов. Инновационные процессы нацелены приводить к улучшению качества строительной продукции, это позволяет увеличить цены и тем самым увеличить прибыль от реализации [12]. Кроме того, объекты лучшего качества исполнения, в перспективе создают для компании прирост заказов, увеличивая прибыль строительства за счет увеличения объемов продаж. Инновационно-инвестиционные процессы влияют на сокращение времени переработки сырья и улучшают предмет труда. Это приводит к сокращению сроков производственного цикла и повышает эффективность производства. Технологические инновационные процессы сопровождаются

улучшением качества производственного оборудования и сокращением производственных площадей, это приводит к уменьшению основного капитала и повышению рентабельности производства [13, 14]. Комплексное совершенствование строительного производства, не обходится без инновационно-инвестиционных процессов в области организации управления строительным предприятием. К организационным инновациям относятся инновации в производственной логистике, занимающейся оптимизацией потоковых процессов тем самым, это способствует развитию и повышает конкурентоспособность строительного предприятия [15, 16].

Результирующим мотивом разработки и внедрения инноваций в строительстве является желание частных организаций достигнуть стабильного преимущества перед конкурентами или хотя бы оставаться на одинаковом с ними уровне развития. Если рассматривать государственные, муниципальные и общественные организации, то для них важным стимулом внедрения инноваций будет, безусловно, являться стремление к наибольшему удовлетворению потребностей общества в рамках рационального бюджетных ресурсов. Такое стремление охватывает два аспекта. Первый связан с целенаправленным поиском, созданием и внедрением инновационных решений с целью достижения значительных преимуществ в будущем, а второй — с изменениями рыночной конъюнктуры как реакция на внешние воздействия [17, 18]. В рамках данной статьи инновационно-инвестиционная деятельность, как и сам инвестиционный процесс, рассматривается с двух точек зрения. С одной стороны, это процесс внутри компании, который требует управления, в том числе управления рисками, а также выделения специализированной инфраструктуры и ресурсов. С другой стороны, это сфера приложения капитала инвестора, которым может выступать сама компания. Фактически система управления инновационно-инвестиционной деятельностью имеет два отличных друг от друга управляющих воздействия на объект — это (1) воздействие непосредственно на объект, то есть управление инновационно-инвестиционной деятельностью путем управления каждой из фаз развития инновационно-инвестиционной деятельности и (2) управление «входом», то есть ресурсами необходимыми для инновационно-инвестиционной деятельности.

Литература:

1. Чистяков, Д. А., Селютина Л. Г., Китаев М. А. Проблемные вопросы взаимодействия участников инвестиционно-строительной деятельности в регионе // Проблемы современной экономики (Новосибирск). — 2016. — № 30. — с. 142–148.
2. Селютина, Л. Г., Купоносова Ю. Н. Современные тенденции развития жилищного строительства в Ленинградской области // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — № 4 (56). — с. 64–66.
3. Бузырев, В. В., Селютина Л. Г., Мартынов В. Ф. Формирование системы организации инвестирования инновационных процессов в строительстве // Проблемы современной экономики. — 2015. — № 3 (55). — с. 261–264.
4. Опарин, С. Г., Чепель В. В. Развитие теоретических основ экономической эффективности транспортного строительства в условиях саморегулирования // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2014. — № 2 (192). — с. 21–30.

Инновационно-инвестиционная деятельность, характеризуется инвестиционной стадией, которая требует существенных финансовых вливаний на первых фазах процесса, фактически точки безубыточности проекты достигают лишь после существенного роста объема реализации уже произведенного инновационного продукта или услуги. Следовательно, потребность в инвестициях и эффективное динамическое управление инвестиционными ресурсами является ключевой задачей управления эффективностью инновационно-инвестиционной деятельности. [19]. Совершенствование системы управления инновационно-инвестиционными процессами на строительных предприятиях и организациях на уровне региона предполагает повышение уровня адаптивности предприятий в динамично развивающейся внешней конкурентной среде. Это означает, что процесс совершенствования системы управления строительной сферой основывается на адаптации структуры управления к процессу реализации инновационно-инвестиционной деятельности, что проявляется в формировании и регулировании инновационно-инвестиционного потенциала посредством создания в организационной структуре предприятия отдельного блока инновационного менеджмента, и вместе с тем, выделения в блоке финансового менеджмента элемента в виде специализированного подразделения, отвечающего за инвестирование средств, направляемых на реализацию инновационных процессов. Для уточнения характеристики всех участвующих в реализации инновационно-инвестиционных процессов элементов важной проблемой представляется корректировка задач функциональных подсистем реализации инновационных процессов в рамках развития системы управления инновационно-инвестиционными процессами.

Таким образом, используя принцип рыночной адаптации на строительных предприятиях, подчеркнем, что воздействие управляющей системы на инновационно-инвестиционные процессы, следует рассматривать как результат регулирования осуществления инновационно-инвестиционных процессов управляющей системой, достигаемый благодаря использованию управленческого инструментария, например методов, применяемых в системе управления другими процессами, осуществляемыми в рамках деятельности строительного предприятия.

5. Селютина, Л. Г. Формирование рыночного предложения в сфере строительства и реконструкции жилищного фонда России // Научный результат. Серия: Технология бизнеса и сервиса. — 2016. — Т. 2. № 3. — с. 44–56.
6. Егорова, М. А., Селютина Л. Г. Финансовый аспект теории эффективного управления // Общество. Среда. Развитие (Тегга Нумапа). — 2009. — № 3. — с. 11–17.
7. Селютина, Л. Г., Булгакова К. О. Выявление рискованных зон и систематизация рисков, возникающих при реализации инвестиционных программ при строительстве социального жилья // Научное обозрение. — 2015. — № 22. — с. 366–369.
8. Егорова, М. А., Селютина Л. Г., Доржиева Ц.-Д. Д. Управление инвестициями. Учебное пособие. — СПб.: Изд-во СПбГУТ, 2012. — 90 с.
9. Костецкий, Д. А. Анализ процесса управления строительными организациями на современном этапе // Молодой ученый. — 2016. — № 1. — с. 385–387.
10. Селютина, Л. Г., Комаров В. С., Михайлов М. И. Особенности организации экономического взаимодействия участников инвестиционно-строительного комплекса региона // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — № 5 (57). — с. 111–114.
11. Опарин, С. Г. Процессно-ориентированная концепция управления рисками в экономике // Управление рисками в экономике: проблемы и решения. Труды научно-практической конференции с международным участием. Санкт-Петербург, 2016. — с. 18–26.
12. Селютина, Л. Г. Инновационный подход к управлению предприятиями строительного комплекса // Строительное предпринимательство и недвижимая собственность. Сб. докладов 27-й международной научно-практической конференции. — Варна. 2012. — с. 333–341.
13. Кац, А. Е. Пути повышения инвестиционной привлекательности строительных предприятий в современных условиях // Молодой ученый. — 2015. — № 23 (103). — с. 551–553.
14. Селютина, Л. Г. Развитие реконструктивно-строительной деятельности по формированию инвестиционного предложения на российском рынке жилья // Kant. — 2016. — № 3 (20). — с. 126–129.
15. Пуляева, П. Э. Адаптивные механизмы корпоративного управления в условиях кризиса // Молодой ученый. — 2015. — № 12 (92). — с. 481–483.
16. Селютина, Л. Г. Конкурентные процессы в современном строительстве // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. — 2013. — № 1 (60). — с. 101–106.
17. Миронова, Е. Н., Шабашова Е. А. Современные проблемы развития регионального жилищного строительства // Молодой ученый. — 2016. — № 23 (127). — с. 257–259.
18. Селютина, Л. Г. Развитие инвестиционно-строительного комплекса России: проблемы и решения // Актуальные проблемы управления экономикой региона. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2010. — с. 26–29.
19. Артеменко, А. А. Актуальные вопросы инновационного развития строительства // Молодой ученый. — 2015. — № 11. — с. 742–744.

Повышение эффективности современной контрактной системы в сфере закупок инновационной продукции и НИОКР

Смутин Алексей Александрович, магистрант;

Научный руководитель: Албастова Л. Н., кандидат экономических наук, профессор
Южно-Российский институт управления (филиал) Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В условиях мирового экономического кризиса страны, экономики которых ориентируются на инновационное развитие и повышение технологического уровня, значительно усиливают свое внимание к системе государственных закупок. Государственные закупки составляют существенную часть общей экономической деятельности государства, поскольку последнее является крупнейшим игроком на рынке, и для реализации своей деятельности нуждается в товарах, услугах и работах так же, как и

любой другой представитель рыночной экономики. От того, насколько эффективна выстроена в стране система государственных закупок зависит, как минимум, три момента: насколько эффективно будут расходоваться бюджетные средства; какая конкурентная среда будет сформирована и каковы перспективы дальнейшего развития экономики в области инноваций. Исходя из этого в современных условиях организации управления экономикой в целом по стране и в отдельных регионах можно выделить

два направления, имеющих важное значение, в деле повышения ее эффективности:

- повышение эффективности (результативности) расходования бюджетных средств;
- повышение управляемости финансовыми потоками, предотвращение неконтролируемого нарастания затрат и сокращение расходов бюджета.

Достижение этих целей обеспечивается, в том числе, за счет развития и совершенствования системы государственных закупок. Повышение эффективности механизма управления через систему государственных закупок — важнейшая составная часть устойчивого социально-экономического развития страны.

Для того, чтобы система государственных закупок работала более эффективно многие специалисты считают, что необходимо усилить централизацию управления ими путем создания на федеральном уровне специализированной организационной структуры. Предполагается, что основным назначением данной структуры будет формирование государственной политики в области закупочной деятельности государства и ее реализация, а также комплексное управление системой государственных заказов.

Централизация системы государственного (муниципального) заказа способствует обеспечению автоматизации всех этапов цикла осуществления закупочной деятельности, а именно:

- прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд;
- обоснование начальных цен, иных составляющих контрактов, контроль за их соблюдением;
- размещение государственного (муниципального) заказа;
- исполнение государственных (муниципальных) контрактов;
- осуществление мониторинга и учет результатов закупочной деятельности для государственных (муниципальных) нужд.

Централизованный подход обеспечивает как предварительный контроль бюджетных расходов, так и оперативный контроль со стороны соответствующих контрольных органов.

Также посредством централизация системы госзакупок появляется больше возможностей в способствовании развитию инновационной сферы экономики. В частности, в рамках данной структуры целесообразно создать информационно-консультационную инфраструктуру, которая бы занималась отслеживанием появления на рынке, в том числе, новых инновационных товаров, работ и услуг, описанием их технических и функциональных характеристик и доведением этой информации до всех государственных и муниципальных заказчиков.

Целесообразность большей централизации управления государственными закупками инновационной продукции и создание специализированной организационной структуры обусловлены необходимостью формирования единого экономического пространства государственных

закупок, разработкой и реализацией целенаправленной и скоординированной политики в этой сфере, организацией ее эффективного контроля.

Исходя из этого, основными функциями такой специализированной структуры должны стать:

- во-первых, формирование государственной политики в сфере формулирования, размещения и исполнения государственного (муниципального) заказа;
- во-вторых, законодательная инициатива в сфере закупочной деятельности государства;
- в-третьих, осуществление экспертной и аналитической деятельности путем анализа и обработки различной информации, касающейся государственных и муниципальных закупок;
- в-четвертых, осуществление координирующей функции между федеральными органами и другими государственными заказчиками по вопросам планирования (текущего и перспективного) государственного заказа;
- в-пятых, функция непосредственного заключения государственных контрактов и их администрирование на реализацию крупных государственных заказов на сложную инновационную продукцию и выполнение научно-исследовательских работ;
- в-шестых, выполнение контрольно-надзорных функций в сфере государственных закупок;
- наконец, ведение реестров федеральных контрактов, а также надежных поставщиков (исполнителей, подрядчиков) и тех, кто не оправдал доверие.

Одним из основных принципов контрактной системы в сфере закупок является принцип стимулирования инноваций. Так, заказчики при планировании и осуществлении закупок должны исходить из приоритета удовлетворения публичных потребностей путем закупок инновационной и высокотехнологичной продукции.

Государственные закупки выполняют роль связующего звена между государством и бизнесом, оказывают объединяющее воздействие на сложившиеся общественные процессы (административные, социальные, экономические, политические), выступают в качестве инструмента, с помощью которого реализуется инновационная стратегия. То есть система госзакупок способствует налаживанию взаимодействия между всеми участниками экономических отношений, в том числе, между участниками инновационных отношений.

Подчеркнем, что участие государства в инновационных процессах в рамках реализации государственной закупочной политики является не только крайне важным инструментом обеспечения экономического роста, но и основой поддержки предпринимательских структур, особенно молодых, так как позволяет им претендовать на приток денежных средств на ранних стадиях жизненного цикла и гарантирует спрос на продукцию, еще не завоевавшую рыночной доли.

Нужно отметить, что государственные закупки инновационных товаров и услуг требуют к себе особого подхода. В этой связи в рамках централизованного управления государственными закупками все государственные заказы имеет смысл разделить на несколько групп, отдельно вы-

делив заказы на сложную и инновационную продукцию и заказы на выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Такой подход позволит не только развивать инновационный сектор экономики, но и способствует преодолению одного из основных недостатков сложившейся системы государственной закупки, а именно, соотношение цена-качество не в ущерб последнему, так как в настоящее время, к сожалению, сложилась ситуация, когда произошла полная подмена понятия «эффективность» понятием «экономия». С этой точки зрения товары, работы, услуги должны быть лучшими, но стоить дешевле своих аналогов. На практике зачастую так не бывает, особенно в сфере инновационной продукции.

Выделение заказов на выполнение НИОКР в качестве отдельной группы целесообразно еще потому, что при относительно точном представлении заказчиком своих потребностей в результатах НИОКР, достаточно сложно заранее описать работы и методы, которые должны привести к получению требуемого результата, оценить вероятность успеха и необходимый объем работ исходя из различных технических подходов. Также при осуществлении заказа на выполнение научно-исследовательских работ полученные промежуточные результаты могут привести к изменению самого предмета заказа.

При заказе на выполнение научно-исследовательских работ важную роль могут играть критерии сложности продукции, такие как отсутствие аналогов на рынке, значительная новизна, необходимость взаимодействия различных научных, промышленных и иных организаций при ее разработке и производстве. Также критерием может быть привлечение к выполнению работ в качестве соисполнителей ученых высших учебных заведений, заинтересованных в практическом применении образования и науки, проверке теории на практике.

Установка квалификационных требований к потенциальным исполнителям как условие допуска к участию в размещении заказа должно быть вменено в обязанности государственному заказчику, который размещает заказ на выполнение НИОКР или сложную (инновационную) продукцию.

Квалификационные требования предполагают: опыт выполнения аналогичных работ; репутацию в научной среде; отзывы других заказчиков о качестве исполнения их заказов; наличие соответствующего кадрового потенциала или способность усилить его за счет привлечения организаций-соисполнителей или отдельных исследователей; наличие доступа к техническим мощностям (лабораториям, оборудованию и пр.), необходимым для исполнения заказа.

Как видим, целесообразно учитывать наличие соответствующего кадрового потенциала и способность усилить его за счет привлечения субподрядных организаций, а также привлечения к реализации заказа субъектов малого предпринимательства на условиях субподряда. В этом случае достигалась бы еще одна цель — поддержка развития малого предпринимательства.

При заказе сложной продукции с целью оптимизации финансовой составляющей важно разобраться во всех тонкостях вопроса, взвесить все за и против, понять и оценить все технические, технологические и качественные характеристики предмета заказа. Для этого на этапе подготовки размещения заказа целесообразно, чтобы заказчик имел право предварительно ознакомиться со всеми предложениями потенциальных исполнителей путем, например, опубликования предварительного приглашения к участию в закупке и закупочной документации с указанием места и времени обсуждения. Такое обсуждение может осуществляться и на электронной площадке. Цель такого рода предзаказных мероприятий для заказчика — это разъяснить свои требования, для потенциального исполнителя — обосновать свои преимущества.

Чтобы не затягивать время размещения заказа, а также чтобы заказ государства был выполнен более точно, имеет смысл предусмотреть возможность проведения конкурентных переговоров с потенциальными исполнителями. Основной целью проведения таких переговоров является ознакомление всех участников с предложениями своих конкурентов для того, чтобы обосновать перед государственным заказчиком свои преимущества в эффективной реализации потребностей государства.

Возвращаясь к затронутой выше проблеме, когда наиболее низкая цена выступает в качестве основного критерия при определении поставщика, надо отметить, что основной опасностью такого подхода является отсутствие оценки потенциальных потерь, которые могут иметь место. Причем потери эти могут носить не только экономический характер, но и социальный, и культурный, и экологический, что возможно при покупке инновационной продукции. Специалистами давно признано, что отбор предложений только исходя из цены является крайне неэффективным. Здесь велика опасность приобретения продукции, фактические значения показателей качества и безопасности которой не отвечают требованиям заказчика, вследствие отсутствия системы объективного подтверждения соответствия как на этапе совершения закупки (выбора поставщика), так и в процессе приемки товаров. Большинство малых и средних предприятий — участников закупок не имеют необходимой испытательной базы и квалифицированных специалистов, поэтому декларируемое ими соответствие предлагаемой продукции требованиям стандартов чаще всего сомнительно. В то же время ФЗ № 44-ФЗ [1] не предоставляет заказчикам право требовать у претендентов на заключение контракта декларации о соответствии, оформленные с участием третьей стороны — аккредитованной испытательной лаборатории (центра), поэтому закон не является гарантом приобретения не только качественной (соответствующей стандартным требованиям), но и безопасной (соответствующей требованиям ТР) продукции [2].

В СМИ и на страницах научных изданий отечественная практика размещения государственных и муниципальных заказов вызвала немало негативных отзывов, в частности,

одним из основных недостатков отмечено отсутствие приоритета качества продукции, работ и услуг, приобретаемых для государственных и муниципальных нужд.

Не обладая профессиональными знаниями в области качества закупаемой продукции, представители заказчика, как правило, ограничиваются требованием о ее соответствии действующим национальным стандартам. В свою очередь, участники мероприятия по размещению заказа в своих заявках декларируют соответствие предлагаемой продукции стандартам, будучи защищенными законом от обязательства представлять объективные доказательства такого соответствия.

Среди целей ФЗ № 44-ФЗ не установлена ориентация на закупку товаров лучшего качества, поэтому проблема эффективного использования средств решается исключительно в аспекте экономии финансовых ресурсов на момент совершения закупки. При этом в большинстве случаев заключение контракта осуществляется с участником, предложившим минимальную цену, а эффективность закупки рассчитывается как доля сэкономленных средств от первоначально выделенных. Однако данный показатель нельзя считать объективной характеристикой эффективности вложения бюджетных средств, поскольку его значение не связано с величиной полезного эффекта, получаемого потребителем от применения закупленных изделий.

Здесь должны быть задействованы дополнительные критерии для оценки предложений, особенно при заключении договоров на долгосрочный период, в том числе, имеющих инновационную составляющую. Одним из таких критериев может стать учет добровольной сертификации поставщиков согласно стандарту ГОСТ ISO 9001–2011 [3]. На сегодняшний день закон не предусматривает возможность требования добровольных сертификатов соответствия продукции, что, по всей видимости, обусловлено целью создать конкуренцию в процессе размещения заказов. Однако снятие такого ограничения могло бы стать компромиссным вариантом, способствующим закупкам продукции подтвержденного качества и не противоречащим действующему законодательству о конкуренции. Тем более, что заказчики, работающие по ФЗ № 223-ФЗ [4], имеют право затребовать у поставщиков внедренные сертифицированные системы качества, соответствия производств экологическим стандартам, реализованных программ комплаенс-контроля.

Для снижения риска закупок продукции ненадлежащего качества или не соответствующей требованиям безопасности при составлении реестра недобросовестных поставщиков, кроме предусмотренных законом о контрактной системе случаев, следует использовать официально опубликованные специалистами Роспотребнадзора результаты контроля продукции [5].

Отметим проблемы в реализации одного из принципов контрактной системы, а именно принципа профессионализма заказчика. Федеральный закон № 44-ФЗ предполагает обязанность заказчика создать контрактную службу (годовой объем закупок которых превышает сто

миллионов рублей) или назначить должностное лицо (контрактного управляющего при объеме закупок меньше ста миллионов рублей), являющегося квалифицированным специалистом, обладающим теоретическими знаниями и навыками в сфере закупок. Требования к профессиональной подготовке должностных лиц, занимающихся закупками, прописаны в ч. 6 ст. 38 закона о контрактной системе, а именно наличие высшего образования или дополнительного профессионального образования в сфере закупок. То есть получается, что должностному лицу, осуществляющему закупочную деятельность достаточно высшего образования любого направления. В профессиональном стандарте специалиста в сфере закупок в требованиях к образованию и обучению говорится о необходимости наличия высшего образования уровня бакалавриат и дополнительного профессионального образования по программе повышения квалификации или программе профессиональной переподготовки в сфере закупок [6]. То есть исходя из положения профессионального стандарта (хотя он и носит рекомендательный характер), а также здравого смысла и того факта, что в настоящее время у нас в стране нет программы подготовки специалистов в данной области в высших образовательных учреждениях в рамках высшего профессионального образования, в Федеральном законе целесообразно уточнить данную норму, снять имеющее место противоречие и требовать, чтобы те лица, которым вменены в служебные обязанности заниматься закупками, должны пройти дополнительное образование по соответствующим программам.

Учитывая тот факт, что в настоящее время принцип профессионализма в сфере контрактной системы реализуется не в полном объеме, что выражается, прежде всего, в острой потребности в хорошо подготовленных кадрах в этой области, одним из выходов могла бы стать добровольная сертификация специалистов в сфере закупок на соответствие профессиональным стандартам специалиста и эксперта в данной сфере [6].

По результатам проверки документов на предмет образования и опыта работы в сфере закупок, и успешного прохождения тестирования и собеседования соискателю может быть присвоен один из предусмотренных уровней квалификации. Данную сертификацию проводят организации, имеющие на это соответствующее разрешение, например, Институт государственных и регламентированных закупок конкурентной политики и антикоррупционных технологий [7].

Федеральный закон № 44-ФЗ, несмотря на то, что нацелен на создание системы закупок, удобной для заказчика и поставщика, основанной на конкурентных началах, фактически, как отмечают специалисты, за счет выстраивания целого ряда ограничений в сфере определения поставщика, превращает заказчика из экономически более сильного (исходя из его особого статуса) участника закупочного процесса в более слабого. Заказчик, исходя из установленных законом о контрактной системе требо-

ваний и формального соблюдения порядка, фактически не выбирает нужного ему поставщика. Вместе с тем зачастую личность контрагента, его опыт работы, деловая репутация при определенных видах закупок имеют принципиальное значение (например, при оказании платных образовательных услуг, медицинских услуг и т. д.). Заказчик же, в силу норм Закона о контрактной системе, находится в жестких рамках, значительно ограничивающих его договорную свободу [8]. Законодатель ввел такие ограничения с благими намерениями, для соблюдения целей, обозначенных в ч. 1 ст. 1 ФЗ № 44-ФЗ, а именно повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, обеспечения гласности и прозрачности осуществления таких закупок, предотвращения коррупции и других злоупотреблений в сфере закупок.

Однако практическая реализация данных целей приводит к тому, что, во-первых, основным критерием закупок является цена; во-вторых, растет количество жалоб, далеко не всегда обоснованных, на действия заказчика, исходя из расширения возможностей для участия в проводимых закупках. Рассмотрение жалоб влечет за собой торможение закупочных процедур, оттягивает во времени их исполнение, что не позволяет своевременно удовлетворять государственные и муниципальные нужды. Зачастую участники закупок, не имеющие объективной возможности исполнить контракт, откровенно злоупотребляют предоставленной им Законом о контрактной системе возможностью обжаловать действия заказчика, преследуя цель изменения условий документации о закупке (т. е. условий, предложенных заказчиком и являющихся существенными для него) таким образом, чтобы это было выгодно им для целей участия в конкретной закупке и признания их победителями. Здесь налицо значительное ограничение принципа свободы договора в отношении государственных (муниципальных) заказчиков на стадии формирования договорного обязательства, что позволяет говорить о серьезном противоречии норм Закона о контрактной системе основным положениям гражданского законодательства. Подобная ситуация стала возможной ввиду юридического смешения в одном правовом институте норм частного и публичного права, что привело к проблемам взаимодействия данных норм, к превалированию норм публичного права (об этом свидетельствует в том числе возможность применения мер административной ответственности) и, как следствие, к ограничению основных начал гражданского законодательства. [8].

Выходом из этой ситуации может быть введение дополнительных критериев (кроме цены) при определении заказчиком поставщика, которые могут быть аналогичны

описанным выше при подготовке к размещению заказа на выполнение НИОКР и заказа на сложную, в том числе инновационную продукцию, товар, услугу.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что для достижения реальной эффективности государственной закупочной деятельности и достижения нормативно закрепленных целей системы госзакупок необходимо уйти от критерия наименьшей цены при определении поставщика, который является на сегодня основным. Упор все-таки должен делаться на качество покупаемых товаров, услуг, работ.

Критериями, способствующими определению качества, могли бы стать учет квалификации поставщиков, как, например, репутация на рынке, отзывы других заказчиков о качестве исполнения их заказов, наличие добровольной сертификации у поставщиков согласно стандарту ГОСТ ISO 9001–2011, учет опубликованных результатов контроля продукции специалистами Роспотребнадзора, наличие необходимых технических мощностей, что особенно важно для заказов на инновационную продукцию и НИОКР. Что касается сложной продукции и заказа на выполнение НИОКР, то здесь у заказчика должно быть право устанавливать дополнительные квалификационные требования к исполнителям, а также право предварительного опубликования приглашения к участию в конкурсе и проекта конкурсной документации с целью разъяснения потенциальным исполнителям требований заказчика и оптимизации финансовой составляющей вопроса.

Кроме того, целесообразно предусмотреть возможность проведения конкурентных переговоров между потенциальными исполнителями заказа, чтобы у последних была возможность обосновать преимущества своего предложения.

Положительным образом на повышение эффективности управления и осуществления государственных (муниципальных) закупок может дать повышение внимания к реализации принципа профессионализма заказчика путем устранения из ФЗ № 44-ФЗ противоречий в области требований к его квалификации, а также способствованию добровольной сертификации специалистов в сфере закупок.

Таким образом, сложившаяся в России система государственных и муниципальных закупок еще далеко не совершенна и требует к себе пристального внимания. Предложенные пути ее оптимизации и повышения эффективности при грамотном подходе к их реализации могут вывести данную систему на качественно иной уровень и действительно повысить эффективность осуществления государственных и муниципальных закупок и управления ими.

Литература:

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // СПС «Консультант-Плюс»
2. Чеботарев, В. С., Тимченко А. В. Актуальные проблемы процесса государственных закупок. // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2014. № 2 (26). с. 155

3. «ГОСТ ISO 9001–2011. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования» (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.12.2011 № 1575-ст) // СПС «КонсультантПлюс»
4. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» // СПС «КонсультантПлюс»
5. Лапина, Е. Б. Вопросы управления эффективностью в сфере государственных закупок. // Администратор суда. 2014. № 2. с. 34
6. Приказ Минтруда России от 10.09.2015 № 625н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в сфере закупок» (Зарегистрировано в Минюсте России 07.10.2015 № 39210) // СПС «Консультант-Плюс»
7. Официальный сайт Института госзакупок. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://roszakupki.ru/pages/information.htm>
8. Гапанович, А. В. Пределы реализации и ограничения принципа свободы договора в законодательстве о контрактной системе в сфере закупок. 27.05.2015. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://xn--7sbaj7auwnfihk.xn--p1ai/article/6599>

Стратегия и тактика выхода компании на внешние рынки

Тараканов Сергей Иванович, студент

Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

В статье рассматриваются выхода компаний на международные рынки, роль стратегии и инструментов маркетинга в повышении конкурентоспособности компаний.

Ключевые слова: стратегия, международные рынки, глобализация, маркетинг

В современных условиях проблемы выхода отечественных компаний на международные рынки продолжают оставаться актуальными. К числу факторов, обуславливающих принятие решения о необходимости расширения границ и выхода на внешние рынки, относятся, прежде всего, политические, экономические, инновационные.

Современные тенденции мирового хозяйства и накопленный опыт подсказывают необходимость применения рационального подхода в вопросах выбора эффективных инструментов управления, обеспечивающих баланс интересов участников рынка в контексте мирового сообщества, обеспечение конкурентоспособности и экономического роста в целом.

В условиях изменения геополитической обстановки, интеграции России в систему международных отношений, особое внимание уделяется вопросам стратегического партнерства и взаимодействия, проблемам выбора зарубежных рынков и инструментов международного маркетинга.

На наш взгляд, эффективное решение ключевых вопросов реализации маркетинговой стратегии, позволит достичь траектории устойчивого развития компании и высокой эффективности маркетинговых инвестиций.

Современная практика управления показывает, что разработка и реализация маркетинговой стратегии компании, проведение маркетинговых исследований в условиях жесткой конкуренции и необходимости расширения границ внешних рынков, является необходимым условием для ее успешной деятельности на международных рынках.

Результаты маркетинговых исследований и их роль в укреплении потенциала (финансовый, кадровый, инвестиционный и др.), формировании конечных результатов, безусловно, являются необходимым условием эффективной деятельности компании на внутренних и внешних рынках.

Глобализация экономики обуславливает, прежде всего, усиление конкуренции и возможность выхода на новые рынки. Ограничение экспорта товаров является одной из ключевых проблем выхода компаний на международные рынки, что, на наш взгляд, требует усилий для более глубокого и детального изучения механизма разработки и совершенствования стратегии и тактики управления.

Практика успешных компаний показывает, что разработка маркетинговой стратегии компании, проведение маркетинговых исследований в условиях жесткой конкуренции и необходимости расширения границ внешних рынков, является необходимым условием ее успешной и эффективной работы на внешних рынках.

Поиск новых возможностей роста предприятия и выход бизнеса на более высокий уровень заставляет сегодня на практике применять новые инструменты маркетинга для освоения новых рынков.

В этой связи особую актуальность приобретают вопросы стратегического партнерства и взаимодействия, выбора зарубежных рынков и инструментов международного маркетинга.

Сегодня маркетинг в сфере международных отношений представляет сложный механизм, охватывающий различные сферы деятельности предприятия (сбыт, производство, научно-исследовательские и опытно-конструк-

торские разработки (НИОКР), снабжение, финансы). При этом особое значение необходимо уделять изучению национально-культурных условий страны, в которой компания планирует осуществлять свою деятельность.

Динамичное развитие внешней среды, изменение связей, структуры и характеристик экономических систем, емкость рынка, достижение целей, заставляют предприятия осуществлять поиск новых рынков и потребителей.

В этой связи важным становится разработка стратегии развития на основе оценки потенциальных возможностей, сильных и слабых сторон организации. Возникает необходимость получения более полной и достоверной информации для принятия тактических и стратегических решений.

Таким образом, эффективная деятельность на внешних рынках, поддержание конкурентоспособности невозможна без грамотной маркетинговой стратегии и применения современных инструментов маркетинга.

Ф. Котлер к числу основных причин, побуждающих фирму к интернационализации своей деятельности, относит следующие:

- возможность получения более высокого дохода;
- стремление уменьшить зависимость от одного рынка для снижения риска;
- необходимость расширения рынка для достижения экономии на масштабах;
- требование клиентов компании, ведущих деятельность за границей, обслуживания за пределами национальных границ;
- усиление деятельности глобальных компаний, решение обороняющейся компания о контрнаступлении на чужой территории.

На наш взгляд, одной из ключевых проблем выхода компаний на международные рынки, является тенденция обострения противоречий в системе международных отношений, в том числе в системе политических и экономических взаимоотношений между Россией и США, странами Восточной Европы.

В этой связи доступ на международные рынки требует от всех участников необходимости совершенствования инструментов и механизмов стратегического взаимодействия. Мы считаем, что стратегия развития должна быть направлена, прежде всего, на совершенствование интеграционных процессов, политику экономического сотрудничества, стабилизацию отношений, обеспечение инвестиционной привлекательности и соблюдение паритета экономических интересов участников.

Также в числе основных проблем выхода компаний на международные рынки необходимо выделить ограничение экспорта товаров. На наш взгляд, различия в нормах законодательного права, в системе ценностей, духовно-творческом развитии, корпоративной культуре, требуют комплексного изучения и основой для разработки стратегии выхода на международные рынки.

Технический и технологический подъем производства, рост темпов развития национальных рынков существенно усилили конкуренцию. В связи с чем проблема инноваций

является для них сегодня весьма актуальной. Анализ статистических данных позволяет сделать вывод, что разработку и внедрение технологических инноваций в России осуществляют 5% российских промышленных предприятий (в развитых странах — 85–87%), используется 8–10% инновационных идей и проектов (в Японии — 95%, США — 62%) [1].

Оценка современной инновационной системы России показывает, что наиболее сложным является работа инновационных предприятий на рынках наукоемкой продукции.

В этой связи проблема выхода на внешние рынки наукоемкой продукции сегодня также не менее актуальна.

По нашему мнению, недостаточно высокий невысокий уровень инновационной продукции в структуре производства отечественных предприятий на рынке инновационной продукции (по оценкам она составляет менее 1,0% мирового рынка) определяется слабой сбытовой системой большего числа хозяйствующих субъектов.

К сожалению, преобладающая доля отечественных предприятий сегодня не обладает квалифицированными кадрами и профессиональными навыками в области сбыта наукоемкой продукции. Недостаточный объем информации о продукции российских инновационных предприятий свидетельствует о необходимости государственной поддержки в сфере производства наукоемкой продукции и совершенствовании государственной инновационной политики в целом.

Современная наука в России накопила достаточно сильный потенциал — интеллектуальный ресурс, грамотное и эффективное использование которого позволит принять активного участие в процессах глобализации и укрепить позиции России на международных рынках.

Безусловно, что решение данной проблемы требует разработки мер в сфере консалтинга, в области сбыта наукоемкой продукции и профессиональной подготовки и переподготовки кадров для маркетинговых служб промышленных предприятий.

Отечественные ученые выделяют следующие аспекты, связанные с укреплением предприятиями своих позиций на международных рынках и повышением конкурентоспособности:

- возможность продления жизненного цикла продукта;
- стремление приблизиться к потребителю с целью снижения издержек;
- возможность более гибко реагировать на изменения рынка;
- укрепление репутации и престижа фирмы, связанное с выходом на зарубежные рынки;
- приобретение уникального опыта работы на внешних рынках;
- появление благоприятных условий для проникновения на международный рынок; наращивание финансовых возможностей.

Таким образом, маркетинговые способности компании являются основой достижения финансового результата конкурентных преимуществ, ее успеха на рынке. В этой

связи особое значение приобретает ресурсная теория фирмы, роль маркетинговых ресурсов в формировании конечных результатов.

О.К. Ойнер выделяет ресурсы как необходимое, но недостаточное условие маркетинговой результативности компании [2]. Способность организации к преобразованию ресурсов позволяет действовать ей более эффективно, реализовать конкурентные преимущества.

Происходящие процессы, затрагивающие социально-экономическую сферу, меняющие конкурентную ситуацию, оказывают непосредственное влияние на выбор

стратегии, в связи с чем выход на международные рынки является необходимым элементом международного сотрудничества, способствующего международной специализации производства.

Таким образом, разработка маркетинговой стратегии и тактики выступает первоочередной задачей для компаний, планирующих выход на международные рынки.

Вместе с тем, различия в нормах законодательного права, в системе ценностей, духовно-творческом развитии, культуре, требуют комплексного изучения для разработки стратегии и тактики выхода на внешние рынки.

Литература:

1. В. Королев Использование межфирменного сотрудничества в развитии инновационных процессов // Проблемы теории и практики управления № 3 / 2015 с. 96–100
2. Ойнер, О.К. Маркетинговые способности фирмы: подходы к оценке, эмпирические исследования и роль в формировании результатов бизнеса компании // Маркетинг и маркетинговые исследования № 6 / 2014
3. Маркетинг: теория и практика / Романенкова О. Н. Учебник М.: Изд-во Юрай., 2013, с. 670.

Эколого-экономическая оценка широкого внедрения на государственном уровне ветроэнергетических станций на примере сельскохозяйственной Курганской области

Тенеков Андрей Юрьевич, директор;

Тенеков Сергей Иванович, руководитель отдела патентного поиска;

Соколкова Ольга Ильдаровна, технический директор

Ассоциация молодых ученых «Агентство развития высоких технологий» (г. Ростов-на-Дону)

Вакулов Борис Григорьевич, кандидат физико-математических наук, доцент

Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Полывьянов Виталий Валерьевич, руководитель отдела маркетинга и менеджмента

Ассоциация молодых ученых «Агентство развития высоких технологий» (г. Ростов-на-Дону)

Кочетов Вадим Леонидович, кандидат экономических наук, профессор, директор

ООО «Практическая академия управления и инноваций» (г. Ростов-на-Дону)

Денисова Татьяна Викторовна, доктор биологических наук, профессор

Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Манило Иван Иванович, доктор технических наук, профессор

Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т. С. Мальцева

Прогрессивное предполагаемое широкое применение ветроэнергетических станций нового поколения будет способствовать снижению экологической нагрузки, связанной с вырубкой леса на нужды печного отопления на малолесистых территориях Российской Федерации.

Ключевые слова: ветроэнергетические станции нового поколения, экологическая нагрузка при вырубке леса, электрический обогрев домовладений, восстановление лесов после вырубки

1 2 июля 2000 года публикацией научно-исследовательской статьи «Роль ветроэнергетики в экономике Курганской области» (рубрика «Природа на службе человеку» областная газета Курганской области «Новый Мир») началось широкое исследование прогрессивной экономической теории использования неиссякаемой энергии при-

земного воздушного потока — силы ветра на службе населения Курганской области. Научные исследования возглавили ученые Курганского военного института пограничных войск Российской Федерации путем публикаций ряда научно-исследовательских работ в региональных областных и республиканских изданиях. Инициатива была

широко поддержана Дирекцией «Курган Метео» с предоставлением накопленного научного материала с 1925 года, в области накопленных учетных характеристик метеопрогнозов. Большую роль оказала Дирекция Областного краеведческого музея Курганской области, любезно предоставив эксклюзивный материал, начиная с 1925 года, применения ветроэнергетических мукомольных станций по Курганскому округу Челябинской области, с разбивкой по сельским районам округа и фактической производительностью выработанной мучной продукции. Особый интерес проявил Департамент сельского хозяйства и продовольствия по Курганской области в лице: Курганского областного АККОР и Курганского управления охраны животного мира и водных биологических ресурсов. Общее практическое руководство проведения научных исследований взяли на себя: Курганское региональное отделение МАНЭБ и Курганский региональный комитет по возобновляемым источникам энергии (созданный в системе Департамента промышленности, транспорта и связи по Курганской области). Департамент охраны природных ресурсов по Курганской области выдал положительное заключение экологической чистоты ветроэнергетической станции с горизонтальным ветряным ротором модульного типа.

Руководителем группы метеопрогноза «Курган Метео» Татьяной Мазур была опубликована научно — исследовательская работа «Возьми в помощники ветер» (рублика «Дешевые источники энергии»), где была подчеркнута среднегодовая мощность ветра скоростью более 3,5 м/сек составляющая 40 Вт*сек/ кв. м на период более 200 ветряных суток за учетный год. Условно теоретическая мощность ветрового приземного потока составит: $40 \text{ Вт} \cdot 3600 \text{ сек} = 100 \text{ кВт}$ за ветряный час, тогда за полные ветряные сутки колеблется около 2000 кВт и фантастическое число потенциальной электроэнергии за учетные 200 ветряных суток.

По поручению Дирекции Курганского областного АККОР, главой крестьянско-фермерского хозяйства села Пердерино Кетовского сельского района В. Дюкаревым, опубликована научная работа «Каждому фермеру — свежий ветер», заслуженным изобретателем СССР и РФ, доктором технических наук, действительным членом Международной академии наук, экологии и жизнедеятельности человека И. И. Манило опубликована научная работа «Ветер — одна из надежд человека», где под его патронажем проведены исследования Тенекова Е. С. в области негативных последствий использования вырубки лесов на корню для нужд печного отопления — березовых, осиновых и хвойных пород, естественные лесные запасы которых с 1925 года истощались до минимума экологического предела. Согласно областных норм на печное отопление населению разрешено заготавливать до 20 кубометров дров из расчета на одно домовладение. Один кубометр в пересчете на сухие дрова весит до 800 кг, где полезная зачетная отдача тепла при сжигании одного кг сухих дров с применением коэффициента 0,36 составит 8.000 кдж. Коэффициент отдачи тепла при использовании электрического отопления равен 0,9.

В теории просчитана суточная энергия ветрового потока на площадь 1 кв. м при скорости более 3,5 м/сек можно сравнить в соотношении энергии сжигания одного кубометра дров равна мощности двум суткам ветрового приземного потока. Данная методика пересчета использовалась на рубеже 1930—1940 годов, одновременно с расчетами теплоносителей торфа, бурого и каменного угля. Для того, что бы заготовить 20 кубометров дров нужно на корню срубить более 50 низко породистых деревьев. То есть на лицо наблюдается фактор урона экологии взаимного существования в естественной природе: кислород вырабатывается листвой, очищает воздух от вредных газов, происходит сбережение влаги, место жизни зверей и птиц, ягодные и грибные уголья и другое.

Во времена СССР с 1926 по 1956 года в системе ЦАГИ работал Центральный Ветроэнергетический Институт, разработавший проект ветроэнергетической сельской станции генерирующей мощностью 30 кВт выработанной автономной электроэнергией для энергоснабжения отдаленных малых поселений — деревень численностью до 20 домов включительно. Несложно провести математическое сравнение экологической целесообразности применения электроэнергии для обогрева деревенских домов с учетом современных достижений электротехники, в частности, предлагающих современные отопительные электрические приборы мощностью 1 кВт с применением электродного элемента Голланд, производительной мощностью обогрева площади в 200 кв. м пространства помещений методом взрезания электрических отопительных приборов в систему трубного водяного отопления от котлов на газу или каменном угле. Выработанная автономная электроэнергия ветроэнергетической станцией мощностью 30 кВт за час работы будет условно равна сжиганию 6 кубометров дров, что соответствует 15 спиленным на корню деревьям. В дальнейшем, проводим сравнение на полные сутки электроэнергии — 700 кВт. Теоретически энергия сжигания 20 кубометров дров будет равна выработке 700 кВт электроэнергии. Для восполнения эффекта возврата взаимосуществования естественной природы нужно посадить более 200 саженцев деревьев, что бы они с учетом естественной отбраковки к 30 годам роста выросли в 50 взрослых деревьев. Данные разумные действия населением области не воспринимаются в виду очень низкой культуры жизни: высокий потребительский порог от лесов при низкой отдаче восстановления биосферы лесов. По официальным данным население Курганской области вырубает на нужды печного отопления более 800 тысяч кубометров дров. Для сравнения, принято, что в один железнодорожный вагон входит 50 кубометров леса, тогда заготовленные дрова составят до 16 тысяч вагонов, что составит 320 составов по 50 вагонов. Зная, что база железнодорожного вагона равна 25 метрам, состав из 50 вагонов составит путь 1250 метров, а 320 эшелонов лесодров растянутся на расстояние более 400 км — расстояние от г. Кургана до г. Челябинска или до г. Екатеринбурга. На 2016 год все сельские районы области имеют очень низкий коэффициент лесистости —

менее 23% и с экологической части восприятия отнесены к территориям с щадящей рубкой леса. При этом Целинный, Звериноголовский, Сафакулевский, Половинский, При-тобольный и Петуховский сельские районы имеют лесистость менее 12% и относятся к районам, где не рекомендована рубка леса на нужды печного отопления. Другие сельские районы: Макушенский, Лебяжье-вский, Часто-зерский, Мокроусовский, Варгаши-нский, Кетовский, Бело-зерский, Куртамышский, Мишкинский, Шумихинский и Щучанский имеют коэффициент лесистости менее 16% и отнесены к регионам с щадящей рубкой леса на корню на нужды печного отопления. С публикацией карты «Эко-

логическое состояние России — состояние мониторинга окружающей природной среды» вскрылись данные, что в процессе строительства насыпных полотен автомобильных и железнодорожных дорог образовались многочисленные бессточные водоемы в виде малых болот затопивших леса площадью более 40 тысяч гектар — лес вымок и не пригоден даже на нужды печного отопления. Аналогичная ситуация с ухудшением экологии, связанной с постоянной вырубкой леса на корню, находится в малолесных районах Оренбургской, южных зонах Челябинской, Тюменской, Омской, Новосибирской и рядом других областей Российской Федерации.

Литература:

1. Тенеков, А. Ю. Польшьянов В. В. Тенеков С. И. Майер Е. А. Кочетов В. Л. Вакулов Б. Г. Социально-экономическая концепция планируемого внедрения ветроэнергетических станций в целях автономного энергоснабжения производственных мощностей крепких фермерских хозяйств Российской Федерации. Сборник статей по материалам XI Международной научно — практической конференции «Научная дискуссия: инновации в современном мире» № 6 (39) Москва 2015 год. 128 стр.
2. Тенеков, Е. С. Роль ветроэнергетики в экономике Курганской области. Курганская областная газета «Новый мир» № — 1862000 год.
3. Мазур, Т. Н. «Возьми в помощники ветер». Газета «Новый мир» № 142, 2000 год.
4. Дюкарев, В. Н. Каждому фермеру — свежий ветер. Газета «Новый Мир» № 1572000 год.
5. Манило, И. И. «Ветер — одна из надежд человечества» Газета «Новый мир» № 962002 год
6. Садыков, А. Н. Аниканов Н. Д. «Некоторые проблемы ветроэнергетики». Газета «Новый Мир» № 186, 2001 год.

Статистическая оценка демографических факторов развития трудовых ресурсов Узбекистана

Умарова Мукаддас Аббасовна, кандидат экономических наук, доцент;
Умирзоков Жаъсур Артикбой угли, студент;
Ахунова Шахло Абдумуталовна, студент
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

В статье автор рассматривает большое влияние демографических факторов на размер трудовых ресурсов в Республике Узбекистан. Автор подсчитал абсолютный прирост населения, а также баланс миграции на основе данных Государственного комитета статистики. Выявлена зависимость между численностью населения, миграцией и рядом трудовых ресурсов Республики Узбекистан. Дается оценка положительных и отрицательных сторон роста трудовых ресурсов.

Ключевые слова: демографические факторы, население, трудовые ресурсы, миграция

Первоочередной задачей статистической оценки демографических факторов развития трудовых ресурсов в Республике Узбекистан является оценка и анализ источников их развития. Анализ источников развития трудовых ресурсов необходимо начинать, по нашему мнению, со статистической оценки динамики численности населения, его возрастного состава, а также естественного и механического движения.

В условиях модернизации экономики численность населения является одним из важных условий материальной

и социальной жизни общества. Численность населения в стране или отдельном регионе оказывает значительное влияние на их экономический потенциал, на развитие производительных сил общества. Как отметил Первый Президент Республики Узбекистан И. А. Каримов в своем выступлении на торжествах, посвященных 23-летию независимости Республики Узбекистан: «Именно в эти годы численность населения страны выросла на 10 миллионов 300 тысяч человек и в настоящее время составляет 31 миллион, что еще больше повышая человеческий потен-

циал Узбекистана, формирует мощную основу для достижения все новых и новых высоких рубежей» [1].

Развитие рынка труда и создание новых рабочих мест со дня провозглашения независимости и по настоящее время, являются одними из приоритетных направлений в социально-экономической политике Узбекистана, где проживает более 31 млн. человек, из которых 60,3% населения — это молодые люди младше 30 лет [2].

По мнению Кандауровой Г.А., численность трудовых ресурсов рассчитывают двумя методами: демографическим (по источникам формирования) и экономическим (по фактической занятости). Демографическим методом численность трудовых ресурсов рассчитывают как сумму численности населения в трудоспособном возрасте, за

вычетом инвалидов I и II групп, с добавлением числа работающих подростков в возрасте до 16 лет и работающих лиц пенсионного возраста.

При расчете экономическим методом численность трудовых ресурсов представляет совокупность всего фактически занятого населения включая занятых в личном, подсобном и фермерском хозяйствах, лиц трудоспособного возраста, занятых в домашнем хозяйстве и уходом за детьми), учащихся с отрывом от производства старше 16 лет, безработных и остальных незанятых лиц в трудоспособном возрасте [5].

Для подробного изучения численности населения Республики Узбекистан построим аналитическую таблицу показателей численности постоянного населения.

Таблица 1. Аналитические показатели численности постоянного населения Республики Узбекистан за 1991–2015 гг.

Годы	Постоянное население на начало года, тыс. человек	Абсолютный прирост, тыс. человек		Темп роста, %	
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный
1991	20607,7	-	-	-	-
1992	21106,3	498,6	498,6	102,4	102,4
1993	21602,2	495,9	994,5	102,3	104,8
1994	22091,9	489,7	1484,2	102,3	107,2
1995	22461,6	369,7	1853,9	101,7	109,0
1996	22906,5	444,9	2298,8	102,0	111,2
1997	23348,6	442,1	2740,9	101,9	113,3
1998	23772,3	423,7	3164,6	101,8	115,4
1999	24135,6	363,3	3527,9	101,5	117,1
2000	24487,7	352,1	3880,0	101,5	118,8
2001	24813,1	325,4	4205,4	101,3	120,4
2002	25115,8	302,7	4508,1	101,2	121,9
2003	25427,9	312,1	4820,2	101,2	123,4
2004	25707,4	279,5	5099,7	101,1	124,7
2005	26021,3	313,9	5413,6	101,2	126,3
2006	26312,7	291,4	5705,0	101,1	127,7
2007	26663,8	351,1	6056,1	101,3	129,4
2008	27072,2	408,4	6464,5	101,5	131,4
2009	27533,4	461,2	6925,7	101,7	133,6
2010	28001,4	468,0	7393,7	101,7	135,9
2011	29123,4	1122,0	8515,7	104,0	141,3
2012	29555,4	432,0	8947,7	101,5	143,4
2013	29993,5	438,1	9385,8	101,5	145,5
2014	30492,8	499,3	9885,1	101,7	148,0
2015	31022,5	529,7	10414,8	101,7	150,5

[Источник: Рассчитано автором на основании данных Госкомстата Республики Узбекистан]

Из таблицы 1 видно, что рост населения в Республике Узбекистан после 1994 года находится в пределах 1–2%, исключение составляет 2011 год. Это связано с проведением в 2011 выборочной переписи населения, которое охватывало 10% населения. Выборочное наблюдение позволило более точно установить численность населения, поэтому рост численности населения в 2011 году по сравнению с 2010 годом составил 4%.

Из рис. 1 видно, что численность населения Республики Узбекистан увеличилась более чем в 1,5 раза. Рассматриваемый темп роста населения Республики Узбекистан относительно 1991 года характеризуется плавным и устойчивым ростом, при этом наиболее динамично население увеличивалось в начале 90-х годов (1991–1994 гг.).

Еще одним фактором воздействия на развитие трудовых ресурсов, является миграция. В работах экономи-

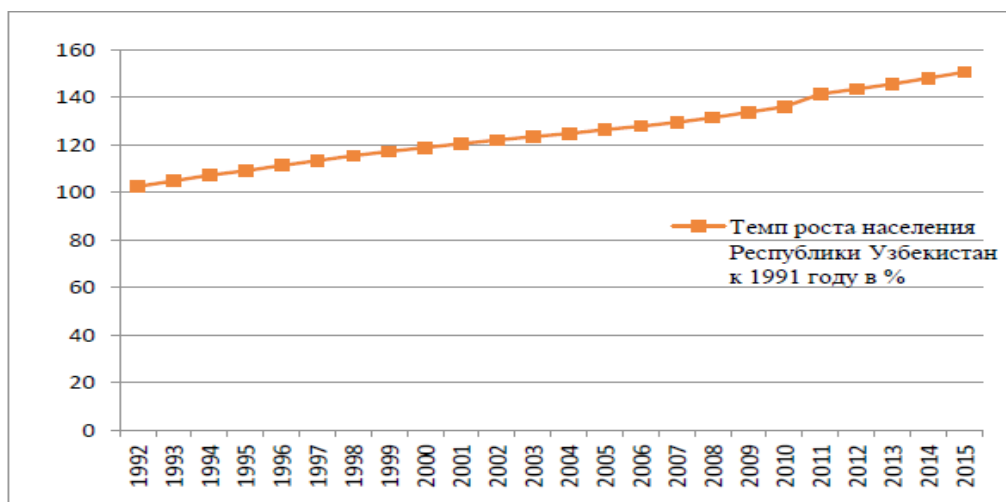


Рис. 1. Темп роста населения Республики Узбекистан к 1991 году в %.

Источник: Рассчитано автором на основании данных Госкомстата Республики Узбекистан

стов, посвященных проблемам воспроизводства трудового потенциала, миграция населения рассматривается в большей мере как процесс механического движения, территориального перераспределения трудовых ресурсов — второй фазы процесса воспроизводства [3].

По нашему мнению, миграция влияет на воспроизводственный процесс намного значительнее и шире, и это проявляется на всех этапах воспроизводства трудовых ре-

сурсов. От нее во многом зависит количественные и качественные характеристики трудовых ресурсов и, соответственно, состояние и предпосылки экономического развития отрасли или страны. Миграцию населения можно рассмотреть как социально-экономическое явление, обуславливаемое действием объективных экономических законов и естественных природных закономерностей, присущих человеческому сообществу.

Таблица 2. Динамика миграционных процессов в Республике Узбекистан за 1991–2014 гг.

Годы	Приехало, чел.	Уехало, чел.	Сальдо миграции, чел.	Темпы роста сальдо миграции, %	
				цепные	базисные
1991	371054	401285	-30231	-	-
1992	349374	424086	-74712	247,14	247,14
1993	302440	356470	-54030	72,32	178,72
1994	221747	360661	-138914	257,11	459,51
1995	167829	256800	-88971	64,05	294,30
1996	148644	198900	-50256	56,49	166,24
1997	146601	195001	-48400	96,31	160,10
1998	143321	193274	-49953	103,21	165,24
1999	162559	224656	-62097	124,31	205,41
2000	145880	212472	-66592	107,24	220,28
2001	151842	229603	-77761	116,77	257,22
2002	152795	236127	-83332	107,16	275,65
2003	139695	232707	-93012	111,62	307,67
2004	147398	232707	-85309	91,72	282,19
2005	144778	246386	-101608	119,11	336,11
2006	144038	209227	-65189	64,16	215,64
2007	151172	214310	-63138	96,85	208,85
2008	149732	195836	-46104	73,02	152,51
2009	138077	187710	-49633	107,50	163,94
2010	139775	183858	-44083	88,95	145,82
2011	136565	184149	-47584	107,94	157,40
2012	169701	210653	-40952	86,06	135,46
2013	155084	189650	-34566	84,41	114,34
2014	145354	183916	-38562	111,56	127,56

[Источник: Рассчитано автором на основании данных Госкомстата Республики Узбекистан]

В свою очередь, миграция, будучи следствием развития производительных сил, способствует развитию всей системы общественных отношений. Таким образом, миграция влияет на изменение численности и состава трудовых ресурсов, и при этом участвует в выравнивании уровня оплаты труда в отдельных регионах и в стране в целом. Учитывая вышеизложенное, рассмотрим динамику миграционных процессов в Республике Узбекистан.

Из таблицы 2 видно, что численность уехавших за рассматриваемый период (1991–2014гг.) превышает численность приехавших людей. Больше всего людей приехало в самом начале независимости в 1991 г. и составило 371054 человека. Рекордным количеством уехавших отмечается 1992 г. 424086 человек. Такое массовое переселение людей связано с обретением независимости стран СНГ и открытием границ для поездок в дальнее зарубежье (США, страны Западной Европы, Израиль и др.).

Прежде чем рассматривать динамику трудовых ресурсов необходимо дать определение понятию «трудовые ресурсы». Категория «трудовые ресурсы» была впервые введена в научный оборот в 1922 году академиком С. Г. Струмилиным [4]. Многие исследователи трактовали трудовые ресурсы как трудоспособное население в трудоспособном возрасте. При этом границы трудоспособного возраста на разных этапах социально-экономического

развития нашей страны менялись несколько раз. Границы трудоспособного возраста устанавливаются отдельными государствами в законодательном порядке и учитывают уровень экономического развития, специфику социально-демографической ситуации, национальные традиции, обычаи и другие факторы.

Трудовые ресурсы — это часть населения, способная работать (в соответствии с трудовым законодательством).

В их состав включают:

— трудоспособное население в трудоспособном возрасте (мужчины от 16 до 59 лет включительно, женщины от 16 до 54 лет включительно за минусом инвалидов);

— работающих подростков до 16 лет и лиц старше трудоспособного возраста.

Таким образом, для того, чтобы повысить эффективность экономического развития, учитывая отрицательное сальдо миграции и положительный темп роста населения и трудовых ресурсов необходимо создание новых рабочих мест в соответствии со статьей 16 Закона «О занятости населения» [7] Республики Узбекистан. Так как отрицательное сальдо миграции после первых лет независимости или «вторая волна» эмиграции обусловлена, прежде всего, нехваткой рабочих мест. Кроме того, наряду с увеличением количества новых рабочих мест, необходимо повышать их качество и оплату.

Литература:

1. Доклад Первого Президента Республики Узбекистан И. А. Каримова на торжествах, посвященных 23-летию независимости Республики Узбекистан. Народное слово 2.09.2014 г.
2. Тула, Н. Б. Статистическое исследование демографических процессов и рынка труда. — Т.: Turon Zamin Ziyu, 2014. с. 50
3. Красинец, Е. С. Нелегальная миграция в России. Монография «Демографические перспективы России»/ Под ред. Академика Осипова Г. В. и проф. Рязанцева С. В: — М.: Экон-Информ, 2008. — с. 602
4. Струмилин, С. Г. Проблемы экономики труда. — М.: Наука, 1982 с. 36.
5. Кандаурова, Г. А. Прогнозирование и планирование экономики. — Мн.: Современная школа, 2005.
6. www.stat.uz
7. www.lex.uz/pages/getpage.aspx?lact_id=9878

Современные проблемы многофункционального жилого комплекса

Ушниция Лидия Елисеевна, кандидат экономических наук, доцент;

Антонова Екатерина Альбертовна, студент

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

В статье представлены основные преимущества и недостатки многофункциональных жилых комплексов, а также сформулирована проблематика приобретения жилья среди молодежи.

Ключевые слова: жилой комплекс, многофункциональный жилой комплекс, горизонтальный жилой комплекс, вертикальный жилой комплекс

Обеспеченность населения страны или региона жильем является одним из ключевых моментов, которые

влияют на воспроизводство населения в качественном и количественном разрезах.

Жилой комплекс понимается как объединение одного или несколько многоквартирных жилых домов, которые находятся в специальной спланированной площади.

География строительства на регионах складывается от природно-климатических условий. К этим условиям относятся температурный и ветровой режим, влажность, также строительство зависит от сезонности местности. Все эти критерии напрямую воздействуют на людей и здания.

Строительный комплекс региона представляет собой элементы, связанные между собой. Например, если повысятся объемы производства строительных материалов, то увеличатся масштабы строительства жилищных и производственных комплексов.

На современном этапе экономики, жилой комплекс становится многофункциональным: почти у каждого жилого комплекса имеются детские площадки, гаражи, парковки, на первых этажах продуктовые магазины, общепиты, социальные и административные объекты и другие нежилые помещения, которые формируют единую территориально-пространственную целостность.

Многофункциональный жилой комплекс (МФК) имеет два вида:

— Вертикальный вид МФК чаще всего находится в центре города. Так как в центре города земельные участки стоят дорого, застройщики стараются максимально выгодно обустроить и разместить все необходимое в полезной площади, за счет увеличения высотности здания.

— Горизонтальный вид МФК располагаются на окраинах города. У застройщиков нет необходимости увеличивать высотность здания, так как территория достаточно широкая и приемлемая, следовательно, можно увеличить размер зданий в ширину.

Несколько лет назад наиболее распространенными зданиями были двунаправленные комплексы, т. е. нежилые объекты, которые могут выполнять одну или две функции (торгово-офисные центры, торгово-развлекательные комплексы), одна часть из которых доминирует над другой частью своей составляющей. Исходя из этого, такие комплексы обладали ограниченной многофункциональностью. Новая тенденция развития многофункциональных жилых комплексов является наиболее привлекательным сегментом рынка недвижимости для застройщиков, покупателей и арендодателей.

В связи с масштабностью многофункциональных жилых комплексов, для составления его проекта требуются инвестиции, время и внимательная разработка. При упущении некоторых аспектов при разработке проекта здания, могут выявиться несколько недостатков. Но и без упущенных аспектов в проектировании, у горизонтальных и вертикальных многофункциональных жилых комплексов имеются свои достоинства и недостатки.

Преимуществами вертикальных многофункциональных жилых комплексов могут быть:

1. Выгода для застройщика. Нижние этажи здания обычно предоставляют под офис, под предприятия продо-

вольственной торговли и другие объекты, которые пользуются большим спросом у предпринимателей;

2. Снижение коммунальных платежей для жителей здания. Значительная часть коммунальных платежей приходится на предприятия, которые действуют внутри комплекса, тем самым снижается стоимость коммунальных услуг для жителей;

3. Экономия времени для жильцов. В таком комплексе появляется возможность одновременно отдыхать, работать и жить в одном районе. У жителей не будет необходимости ежедневно долго ехать до нужных мест назначения;

4. Развитая инфраструктура. Как было написано ранее, вертикальный МЖК находится в центре города, где доступна удобная транспортная развязка.

Недостатки вертикального многофункционального жилого комплекса:

1. Отсутствие пространства на территории. Так как здание находится в центре города, и вокруг него находятся другие здания, существуют проблемы со вместимостью парковочных мест и гаражей, недостаточным размером детских и спортивных площадок, не хватает озелененных территорий;

2. Высокая стоимость жилья и нежилых коммерческих помещений. На высокую стоимость помещения МЖК влияют существенные затраты застройщика на покупку площади и возведение многоэтажного здания;

3. Сочетание жилого и нежилого помещений. Естественно, при неправильной планировке здания, соседство данных помещений может стать причиной раздражения жильцов из-за скопления посетителей нежилого помещения и их шума.

Преимуществами горизонтальных многофункциональных жилых комплексов могут быть:

1. Большая площадь придомовой территории по сравнению с вертикальными МЖК;

2. Обладают собственными административными и общественными зданиями;

3. Удаленность от источников раздражения: шумов и пыли магистралей;

4. Наличие парковочных мест, детских и спортивных площадок, а также наличие необходимой инфраструктуры;

5. Выгодная стоимость жилых и нежилых квартир по сравнению с вертикальным;

6. Высокий уровень озеленения в территории.

Основные недостатки горизонтальных жилых комплексов:

1. Удаленность от центра города, где находятся офисы крупных компаний, государственные и правительственные учреждения;

2. Как говорилось ранее, если при планировании будут упущены некоторые нюансы, то могут привести к дискомфорту у жителей МФК. Например, эти недостатки могут разграничить жилые дома и развлекательные центры, что может привести к неудобствам у жителей.

Исходя из перечисленных преимуществ и недостатков у вертикальных и горизонтальных многофункциональных жилых комплексов, можно сделать выводы: горизонтальные МФК больше всего подходят тем людям, у которых не имеются дети, которые почти целый день находятся на работе. Но есть проблема того, что такие квартиры в этих зданиях стоят дорого и молодые выпускники, специалисты в большинстве случаев не могут приобрести себе квартиры такого типа и им приходится приобретать или снимать квартиры за пределы города за дешевую цену. Долгая езда с места проживания до места работы, четкий график

маршрутов автобусов, климат (если живут на севере), недостаток времени на отдых — это все влияет на работоспособность молодых и не только работников.

Горизонтальный вид МФК больше подходит тем людям, у которых есть семья и дети и людям пожилого возраста, которые имеют средний достаток. Но в наши дни, люди из центральной части города стали покупать участки или переезжать в комплексы данного типа. Возможно, что такие люди состоялись в жизни и имеют достаточный доход, транспорт, семью и прочее. Это говорит о том, что люди все-таки предпочитают тихое и спокойное место.

Литература:

1. Дектерев, С.А. Многофункциональный жилой комплекс: пособие по проектированию // С.А. Дектерев, М.В. Винницкий, М.Г. Безирганов, Громада В.В. — Екатеринбург: УралГаха, 2012.
2. Бельских, И.Е. Имидж недвижимости и строительный комплекс // ЭКО. — 2006. — № 7. — 82–91 с.
3. Асаул, А.Н., Иванов С.Н., Старовойтов М.К. Экономика недвижимости: учебник для вузов. // А.Н. Асаул, С.Н. Иванов — СПб.: АНО «ИПЭВ», 2009 г. — 304 с.

Проблема инфляции в Российской Федерации: причины и последствия

Хабибуллина Светлана Раудатовна, студент;
 Гумерова Эльза Тагировна, студент
 Иштуганова Гульназ Закировна, студент
 Уфимский государственный нефтяной технический университет

Уже в течение нескольких лет как никогда велико пристальное внимание российского правительства, а также любого гражданина Российской Федерации к уровню инфляции и росту цен в стране и по всему миру. Это и подтолкнуло нас провести краткий анализ на данную тему.

Инфляция — рост уровня цен. Стоит отметить, что инфляция в отличие от скачка цен, устойчива в течение длительного периода времени. Инфляция не означает повышение цен на все товары и услуги, а лишь общий индекс цен, т. е. дефлятор ВВП.

Дефляция — стабильное снижение уровня цен. Но несмотря на это дефляция оказывает отрицательный эффект на экономику страны. Дефляция устанавливается через денежно-кредитные и налоговые механизмы государства. Другими словами, возможно снижение расходов государства, повышение ключевой процентной ставки, усиление налогового давления.

Виды инфляции.

По характеру протекания различают два вида инфляции: подавленную (скрытую) и открытую (явную). Для открытой инфляции характерно устойчивое повышение уровня цен, она возникает в странах с рыночной экономикой. Данный вид инфляции не подавляет и не разрушает механизм рынка.

В случае подавленной инфляции цены устанавливает государство, причем на уровень ниже рыночной цены. До-

минирующей формой проявления скрытой инфляции является дефицит товаров на рынке.

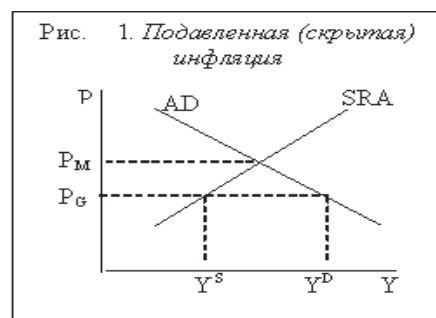


Рис. 1. Подавленная (скрытая) инфляция

Координата P_G показывает цену, установленную государством, Y^D — величина совокупного спроса, Y^S — величина совокупного выпуска. Разность между координатами Y^D и Y^S показывает дефицит, положение P_M указывает на равновесную рыночную цену, при которой спрос равен предложению.

Причины инфляции:

Причины развития инфляции в России, которые несут монетарный характер.

Большую роль на развитие инфляции играет количество используемой денежной массы.

Увеличение денежной массы возникает из-за обширного использования заимствований для покрытия дефицита в государственного бюджета, в следствии расширения кредитной системы а так же опережающий рост заработной платы сравнительно с повышением производительности труда. Увеличение денежной массы в обращении влечет за собой повышение платёжеспособного населения, в результате чего можно наблюдать повышение цен на товары.

Причины развития инфляции в России, которые несут немонетарный характер.

1. В нашей стране цены на коммунальные услуги, электроэнергию, на газ и т. п. регулируются государством. Они периодически повышаются при относительно неизменном размере заработных плат, что приводит к увеличению затрат на производство продукции обрабатывающих производств. Следовательно, является причиной инфляции издержек в экономике России.

2. Не стоит забывать и про фактор инфляционных ожиданий. Предприниматели в своих прогнозах стараются учесть максимальный уровень инфляции, тем

самым поддерживая рост цен собственной ценовой политикой. Данный пример особенно имеет место быть в России.

Нельзя не отметить и негативные последствия санкций, которые ввели другие страны по отношению к России. Отсутствие возможности экспорта способствует увеличению уровня инфляции. Но можно извлечь из этого и выгоду, развивая собственное хозяйство и продвигая местное производство на внутреннем рынке, тем самым давая возможность развиваться мелким хозяйствам.

Также различают инфляцию спроса и инфляцию издержек. Инфляция спроса возникает при избыточном спросе на товар по отношению к предложению.

Рост денежной массы приводит к росту уровня цен и в краткосрочном периоде (так как график совокупного предложения имеет положительный наклон) (рис. 2. (а)), и в долгосрочном периоде (которому соответствует график кривой совокупного предложения) (рис. 2. (б)). При этом в краткосрочном периоде учитывается изменение реального выпуска товаров, а в долгосрочном периоде реальный выпуск является константой.

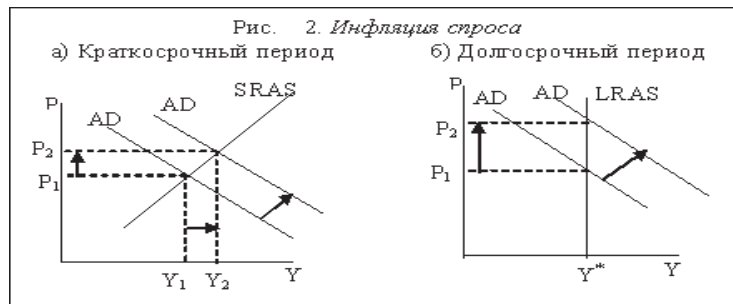


Рис. 2. Инфляция спроса

Инфляция издержек образуется при росте цен на ресурсы и производственные факторы, следовательно, росте издержек производства и цен на товары. При увеличении издержек совокупное предложение сокращается. Инфляция издержек приводит к стагфляции (состояние экономики, при котором спад производства и инфляция присутствуют совместно). (рис. 3)

В результате сочетания инфляции спроса и инфляции издержек возникает инфляционная спираль, которая представляет собой взаимозависимый рост цен и заработной платы. В результате роста цен, возникает необходимость повышения уровня заработной платы, повышение которой приводит к росту цен.

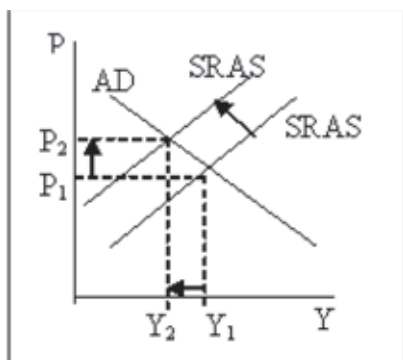


Рис. 3. Инфляция предложения (издержек)



AB, CD — рост заработной платы, BC — рост цен

От чего зависит рубль?

Россия является одним из крупнейших в мире экспортеров «черного золота». Доля денежного дохода от продажи нефти и газа в бюджете страны на 2016 г. составляет

приблизительно 43%, т. е. состояние рубля в большинстве случаев зависит от цен на нефть и газ. Таким образом, наблюдается прямо пропорциональная зависимость валюты от цены на нефть.

Таблица инфляции в России за последние 10 лет:

Год	Процент годовой инфляции
2006	9,00
2007	11,87
2008	13,28
2009	8,80
2010	8,78
2011	6,10
2012	6,58
2013	6,45
2014	11,36
2015	12,91
2016	4,50



Приведенный график отражает уровень инфляции за последние 10 лет. Если рассмотреть период с 2006—2008гг., то можно заметить рост инфляции, безусловно, данный рост был связан с Мировым экономическим кризисом 2008 г. Затем, уровень инфляции начал снижаться в 2009—2013гг. Однако, в 2014 г. инфляция увеличилась почти в 2 раза, причиной этому послужила динамика курса валюты, которая в свою очередь была связана с изменением цены на нефть.

Как отразилась инфляция на уровне жизни?

Бесспорно, инфляция негативно отражается на уровне жизни населения, заработные платы работников уменьшаются, а цены на потребительские товары растут. Более того, инфляция приводит к обесцениванию скапливаемого капитала населения. Больше всего страдают от инфляции те группы населения, доход которых формируется за счет бюджета государства (пенсионеры, госслужащие, студенты). Однако, существует ряд мер, которые нацелены на уменьшение негативного влияния инфляции — индексация, к сожалению, данные меры в России проводятся после повышения цен.

Литература:

1. Андрианов, В.Д. Инфляция: причины возникновения и методы ее регулирования. — М.: Экономика, 2010. — 184 с.
2. Красавина, Л.Н.. Снижение темпа инфляции в стратегии инновационного развития России // Деньги и кредит. — 2006. — № 9. — с. 12.
3. Экономический словарь // abc.informbureau.com. URL: <http://abc.informbureau.com/>

Налоговое управление как система взаимодействия бизнеса и власти

Хомякова Светлана Игоревна, магистрант;
Плахов Артем Владимирович, кандидат экономических наук, доцент
Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

Налоговая политика является важным понятием в государственной системе налогообложения и представляет собой государственные меры в сфере налогообложения. То есть без всякого сомнения можно сказать, что налоговая политика является одной из важнейших социально-экономических категорий, которая основана на законодательстве, а также процессах, происходящих в обществе и государстве в рамках налоговых отношений [3].

В современных условиях рыночной экономики налоговые отношения и их развитие активно обсуждается. Это в первую очередь связано с постоянным совершенствованием налоговой системы Российской Федерации.

Главная цель этих постоянных совершенствований налоговой системы — наибольшее согласование интересов налогоплательщиков и государства — это необходимо для достижения высокого экономического развития страны [6].

Любое предприятие (организация) стремится найти наиболее оптимальный вариант налоговой политики, при этом не выступая за рамки законодательства Российской Федерации. Применение наиболее оптимального варианта налоговой политики предполагает появление возможности эффективных элементов налогового управления, оценки их результативности, учитывая полученную экономию; а также стоимость внедрения данной налоговой политики.

Важным преимуществом также является возможность корректировать действия и отказаться от применения неэффективных методов налоговой политики [1].

При этом следует учитывать негативные последствия налоговых рисков [5]:

- ущерб деловой репутации;
- конфискация имущества;
- уголовная ответственность руководителей;
- отзыв лицензий;
- банкротство и другое.

Таким образом, для того чтобы избежать негативных последствий рисков необходимо научиться ими управлять.

Проведем анализ основных видов налоговых рисков (см. табл. 1) [4].

Безусловно, налоговым рискам подвержены все хозяйствующие субъекты. В связи с чем необходимо разработать систему оценки и управления рисками со стороны государства должна проводится оценка затрат налогоплательщиков на уплату налогов, это необходимо для того чтобы сохранить стимулы к расширению производства, инвестированию. То есть выполнение стимулирующей функции налогов.

Итак, управление налогами позволяет уменьшить налоговые риски, обусловленные как внешними, так и внутренними факторами.

На сегодняшний день налогоплательщики могут и в идеале должны выявлять налоговые риски и принимать дальнейшие действия направленные на предотвращение наступления выявленных рисков.

В РФ разработана Концепция плановых выездных налоговых поездок, находящаяся в открытом доступе. На основе критериев, разработанных в ней организации сами могут оценить вероятность наступления рискованных событий.

Стоит отметить, что значительный вклад в развитие института налоговой оптимизации внес Пленум Высшего

Таблица 1. Анализ основных видов налоговых рисков

Вид риска	Содержание
Риски налогового контроля, усиление налогового бремени	Доначисление налогов, начисление пеней; штрафные санкции и др.
Риск невозможности компенсировать последствия возникшей рискованной ситуации	Оценка возможных потерь из-за возникшей рискованной ситуации
Изменение налогового законодательства	Постоянное изменение налогового законодательства, отсутствие быстрой реакции организаций на данные изменения.
Появление разъяснений налоговых органов	Отсутствие точных разъяснений на спорные моменты в законодательстве или в возникающих ситуациях
Риск смены работников бухгалтерии	Дальнейшая передача обязанностей по ведению бухгалтерского и налогового учета на других работников
Риск потери налоговых льгот	Реализация какой-либо неправильно построенной схемы может послужить причиной потери налоговых льгот
Риск упущенной выгоды	Руководствующий состав не в кое случае не должен ставить в приоритет деятельности фирмы налоговое планирование.

Арбитражного Суда Российской Федерации своим постановлением от 12 октября 2006 г. № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды» [4].

Налоговый риск чаще всего характеризуется количественной оценкой, которая показывает возможные финансовые потери. Провести такую оценку, связанную с ошибками в исчислении налога, не является затруднительным.

Выделяют две основные группы ошибок, приводящих к возможным финансовым потерям [2]:

1) При обнаружении налоговой инспекцией таких ошибок налогоплательщикам придется выплатить сам налог, а также штрафы и пени за ошибки. В основном эти ошибки проявляются в нарушении требований законодательства о налогах и сборах.

По таким операциям налоговые риски близки к 100% и зависят от прихода налоговой проверки, а также квалификации проверяющих.

2) При обнаружении ошибок второй группы начисляются дополнительные штрафы и пени. К таким ошибкам относятся: сделки с недобросовестными контрагентами сделки, связанные с оптимизацией налогообложения и с неопределенностью в трактовке законодательства о налогах и сборах.

Итак, налоговые риски государства и организаций тесно взаимосвязаны. Для уменьшения налоговых рисков необходимо грамотно построить организацию бизнеса, для этого необходимо, чтобы в штат организации входили высоко квалифицированные сотрудники. К тому же необходимо каждому из них повышать свою квалификацию, в частности, обновлять знания в области гражданского, налогового и трудового законодательства. Данные меры позволяют снизить налоговый риск.

Но при этом государство со своей стороны обязано проводить оценку налоговых рисков для налогоплательщиков. Эти налоговые риски связаны с возможностью их финансовых потерь из-за повышения налоговых ставок, отмены налоговых льгот или других изменений законодательства [4].

Таким образом, у экономического субъекта появляется возможность получить прогнозные значения с помощью которых можно корректировать и планировать свою деятельность, оптимизировать налоговую нагрузку и многое другое. В результате всего перечисленного достигать самой главной цели любого предприятия — повышать эффективность финансово-хозяйственной деятельности.

Литература:

1. Абакарова, Р.Ш. Законные действия в сфере управления налогами // Теория и практика общественного развития. — 2015. — № 6. — с. 74–76.
2. Бочкарева, Т.Н. Управление налоговой нагрузкой по налогу на прибыль организаций // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2013. — № 4. — с. 36–45.
3. Дикаева, Л.Х. Современные проблемы управления налогами на предприятии: пути их решения // Совершенствование социально-экономической и научно-образовательной сферы как средство преодоления кризиса в России материалы международной научно-практической конференции. — 2015. — с. 128–137.
4. Ивлева, О.А. Налоговое управление как система взаимодействия бизнеса и власти // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2015. — № 9 (64). — с. 11–15.
5. Курилова, Л.М. Управление налогами — инструмент налоговой политики государства и налогоплательщика // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. — 2013. — Т. 1. — № 3. — с. 180–185.
6. Минеева, А.Ю. Организация механизма управления налогообложением на предприятии // Управление экономикой: методы, модели, технологии материалы XV Международной научной конференции. — 2015. — с. 180–183.

Оптимизация налоговых издержек и налоговой нагрузки на предприятие

Хужахметова Залифа Валиевна, магистрант;

Научный руководитель: Гребнев Геннадий Дмитриевич, кандидат экономических наук; доцент
Оренбургский государственный университет

В данной статье рассматриваются методики различных авторов для расчета налоговой нагрузки предприятия, на основании одной из них, проведен анализ налоговой нагрузки предприятия. Рекомендованы основные способы снижения налоговой нагрузки, в частности, предложено внедрение системы стратегического налогового планирования с целью оптимизации налогового бремени.

Ключевые слова: налог, налоговая нагрузка, методика расчета налоговой нагрузки, оптимизация налоговой нагрузки

Налоговая политика является важнейшим механизмом аккумуляции и реализации государственных мер, направленных на обеспечение финансовых потребностей государства, развитие национальной экономики, достижение оптимального уровня жизни населения.

Для государства наибольшую значимость представляет собой реальное увеличение доходов государственного бюджета посредством роста поступлений от организаций и граждан в виде налогов.

Организации — налогоплательщики заинтересованы в росте собственной коммерческой прибыли на фоне незначительного размера налоговых платежей, а граждане — в минимальном уровне налоговых платежей и получении дотаций и льгот при их выплате государству [2]. Из вышесказанного следует, что в период становления и усовершенствования системы налогообложения вопрос, связанный с оптимизацией налогового бремени предприятий является актуальным.

Сегодня проблема исчисления налогов на уровне предприятий является самой дискуссионной. При сравнительно невысокой налоговой нагрузке на экономику, в среднем по России уровни налоговых изъятий по отдельным предприятиям значительно отличаются.

Налоговые издержки как экономический термин представляют собой важный аналитический показатель эффективности налоговой системы государства. С помощью их возможно более конкретно рассчитать и оценить показатели налоговой нагрузки [3].

Налоговая нагрузка — это экономическая категория, которая отражает соотношение общей массы налогов и сборов, уплачиваемых предприятием в фискальные органы, к добавленной стоимости, созданной предприятием в данный отчетный период [1].

Работы современных российских экономистов, как Е. А. Кирова [5], М. Н. Крейнина [8], М. И. Литвин [9], Ю. А. Кудрина и других исследователей посвящены изучению уровня налоговой нагрузки предприятий.

В настоящее время существуют различные методики расчета налогового бремени на хозяйствующие субъекты. В таблице 1 систематизированы основные методики расчета.

Самой распространенной является методика, предложенная Министерством финансов России. Именно ею

пользуются налоговые органы. Расчет налоговой нагрузки в этом случае производится путем деления налоговых отчислений на выручку предприятия.

Проведем анализ налоговой нагрузки на предприятие по методике предложенной Алиевым Б. Х и Исачевой Ш. М. [1]. В качестве объекта оценки налоговой нагрузки выступает ООО «Айша», которое осуществляет производство и реализацию хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий. Для начала проведем анализ состава и структуры налогов данного предприятия (табл. 2).

Из данной таблицы следует, что в 2015 г. большую часть в налоговых издержках приходится НДС — 84,41 %. Налог на прибыль в 2015 г. составил 11,51 %, что на 1,05 % ниже, чем за предыдущий период, также сократились налоги, возмещаемые через себестоимость на 1,88 % и налоги относимые на прочие операционные расходы сократились незначительно.

Далее рассчитаем обобщающие показатели налоговой нагрузки предприятия по платежам в бюджет и внебюджетные фонды (табл. 3, 4).

Анализируя данные, можно определить влияние каждого фактора на налоговую нагрузку предприятия.

Анализ показателей налоговой нагрузки показало, что увеличение прибыли, как источника возмещения, вызвало снижение налоговой нагрузки на 21,4 %, а значит и увеличение поступлений налога в государство на 149,5 %. Рост финансовых ресурсов предприятия, в свою очередь, способствовало снижению налоговой нагрузки на прибыль.

Данная методика позволяет провести комплексный анализ совокупности налогов, уплачиваемых конкретным предприятием в разный период, выявить значимые факторы, вызвавшие изменения в динамике и структуре налогов [1].

Одной из главных целей любого хозяйствующего субъекта является минимизация налоговой нагрузки. Основными способами достичь данной цели можно выделить следующие меры:

- нелинейный или линейный способ начисления амортизации;
- переход к упрощенной системе налогообложения;
- заключение договоров лизинга основных средств;

Таблица 1. Методики расчета налоговой нагрузки на предприятие

Автор	Порядок расчета налоговой нагрузки
Разработанная Министерством финансов России [4]	$НН = (НП/В+ВД) \times 100\%$, где НН — налоговая нагрузка на предприятие; НП — общая сумма всех уплаченных налогов; В — выручка от реализации продукции или услуг; ВД — внереализационные доходы.
Крейнина М. Н. [8]	$НН = (\sum (НП+ВП) / \sum ИС) \times 100\%$, где $\sum (НП+ВП)$ — сумма начисленных налоговых платежей и платежей во внебюджетные фонды; $\sum ИС$ — сумма источника средств для уплаты налогов.
Кирова Е. А. [5]	$АНН = НП + ВП + НД$, где АНН — абсолютная налоговая нагрузка; НП — налоговые платежи, уплаченные предприятием; ВП — уплаченные платежи во внебюджетные фонды; НД — недоимка по платежам. $ОНН = (АНН/ВСС) \times 100\%$, где ОНН — относительная налоговая нагрузка; ВСС — вновь созданная стоимость.
Литвин М. И. [9]	$НН = (НП/ДС-КБ) \times 100\%$, где НП — начисленные налоговые платежи (без учета налога на доходы); ДС — сумма денежных средств, полученных за отчетный период; КБ — заемные денежные средства, привлеченные отчетном периоде.
Кадушин А. и Михайлова Н. [5]	$НН = ДС \times (0,322 + 0,09Кот - 0,20Ка)$, где ДС — добавленная стоимость; Кот-доля заработной платы в ДС; Ка-удельный вес амортизации в ДС.

Таблица 2. Состав и структура налогов ООО «Айша» за 2014–2015 гг.

Показатели	За 2014 год		За 2015 год	
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %
Налоги, возмещаемые потребителями (косвенные налоги), всего	2720	80,80	6356	84,41
В том числе налог на ДС, акцизы	2720	100,00	6356	100,00
Налоги, возмещаемые через себестоимость, всего	164	4,87	225	2,99
В том числе:				
земельный налог	26	15,85	28	12,40
транспортный налог	42	25,61	58	25,78
страховые платежи	96	58,54	140	62,22
Налоги, относимые на прочие операционные расходы, всего	44	1,31	82	1,09
В том числе:				
налог на имущество и т. д.	33	75,00	70	85,36
платежи за сверхнормативные выбросы на окружающую среду и т. д.	11	25,00	12	14,64
Налоги, возмещаемые за счет прибыли (налог на прибыль)	438	13,01	867	11,51
Налоговые издержки, всего	3366	100,00	7530	100,00

Таблица 3. Исходные данные для анализа налоговой нагрузки ООО «Айша» за 2014–2015 гг., тыс. руб.

Показатели	За 2014 год	За 2015 год	Отклонение (+; -)
Выручка с учетом косвенных налогов	6785	11548	+4763
Выручка за минусом косвенных налогов	5887	9358	+3471
Себестоимость	3613	6980	+3367
Валовая прибыль	2203	2724	+521
Прочие операционные доходы	130	34	-96
Прибыль до налогообложения	1748	1861	+213
Чистая прибыль	310	450	+140
Сумма валюты баланса	38185	68739	+30554
Собственный капитал	10209	10209	-
Налоговые издержки, всего	3366	7530	+4164
В том числе возмещаемые за счет:	2720	6356	+3636
потребителей	164	225	+61
себестоимости	44	82	+38
прочих операционных расходов прибыли	438	867	+429

Таблица 4. Налоговая нагрузка по обобщающим показателям ООО «Айша» за 2014–2015 гг. в процентах

Показатели	За 2014 год	За 2015 год	Отклонения (+; -)		
			Итого	Сумма налогов	Источник покрытия
Налоговая нагрузка на прибыль	152	276	+124	149,5	-21,4
Налоговая нагрузка на доходы	21	15	-6	14,6	15,7
Налоговая нагрузка на собственный капитал	33	33	-	25,6	10,1
Налоговая нагрузка на финансовые ресурсы	8	11	+3	4,1	3,9

— использование всевозможных налоговых льгот и др. [7].

Для данного предприятия наиболее верным решением для оптимизации налоговой нагрузки является внедрение системы стратегического налогового планирования. Осуществляется планирование в целях минимизации налоговых потерь по определенному налогу или всех налогов, увеличения возможностей развития предприятия в будущем, оптимизации налоговых платежей, повышения уровня эффективности ее работы и конкурентоспособности на рынке.

Стратегическое планирование предприятия осуществляется вместе с разработкой тактических плановых решений, какими являются:

- бизнес-планы;
- бюджетные решения;
- оптимизация финансов, в том числе сокращением уровня налоговых платежей [10].

Однако нужно учитывать, что налоговая оптимизация не должна уменьшать налоговую нагрузку на предприятие ниже ее среднего уровня по хозяйствующим субъектам в конкретной отрасли.

Литература:

1. Алиев, Б. Х., Исаева Ш. М. Налоговая нагрузка как фактор экономического роста предприятия // Финансы и кредит. — 2013. — № 36 (564). — с. 29–34.
2. Беспалов, М. В. Налоговое планирование и оптимизация налогообложения: основные цели, задачи и принципы осуществления // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. — 2013. — № 23. — с. 29–34.
3. Гребнев, Г. Д. Проблема оптимизации налоговых издержек и налоговой нагрузки // Вестник Оренбургского Государственного университета. — 2013. — № 8. — с. 170–174.
4. Евстигнеев, Е. Н. Налоги и налогообложение. — СПб.: Питер, 2011. — 288 с.

5. Кадушин, А.Н., Михайлова Н.М. Насколько сильно налоговое бремя в России // Финансы. — 2005. — № 7. — с. 15–21.
6. Кирова, Е.А. Налоговая нагрузка: как ее определять? // Финансы. — 2009. — № 4. — с. 19–21.
7. Кузнецова, О.Н. Налоговая нагрузка на предприятие и способы ее оптимизации // Вестник Брянского государственного университета. — 2012. — № 3 (1). — с. 15–18.
8. Крейнина, М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. М.:ДИС, 1997. — 210 с.
9. Литвин, М.И. Налоговая нагрузка и экономические интересы предприятий // Финансы. — 2010. — № 5. — с. 55–59.
10. Рачинский, А.В. Тактическое решение моделирования оптимизации налоговой нагрузки в реализации стратегии компании // Международный научный журнал «Символ науки». — 2015. — № 7. — с. 107–109.

Мотивация персонала в условиях кризиса

Целин Владимир Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент;

Кузнецова Марина Александровна, студент;

Юдина Светлана Владимировна, студент

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва

Проблемы грамотного стимулирования и эффективной мотивации персонала всегда были и остаются наиболее актуальными для менеджмента организаций, так как от системы стимулирования зависит не только организационная активность персонала, но и в целом результаты деятельности организации.

В условиях окружающей нестабильности, рынок труда в России оказывается на довольно низком уровне, благодаря чему предприятия претерпевают кризисное состояние. [2] На рисунке 1 представлена тенденция уровня безработицы в РФ за последние 15 лет, которая построена по данным Росстата РФ. Как мы видим, уровень постепенно снижается, но достаточно высок, одна из причин данного явления — незамотивированность персонала.

Различные авторы в своих работах выделяют часто встречающиеся причины демотивации персонала, наиболее распространенными факторами оказались следующие:

— отсутствие прозрачной системы вознаграждения и льгот;

— отсутствие системы обучения и карьерного роста сотрудников;

— низкий уровень заработной платы;

— отсутствие доверительных отношений между работником и администрацией. [4]

В России решению проблемы мотивации труда уделяется не такое большое внимание. В основном в отечественных организациях методы и практики мотивации труда, сводятся к оплате труда, основанной на фиксированных тарифных ставках и должностных окладах, которые не являются достаточно эффективными. Поэтому, необходимо использовать зарубежный, уже накопленный опыт. Из всех мировых моделей систем мотивации труда можно выделить как наиболее характерные японскую, американскую модели.

В Японии в основе преобразования системы стимулирования лежали принципы, пользуясь которыми страна достигла значительных экономических успехов:

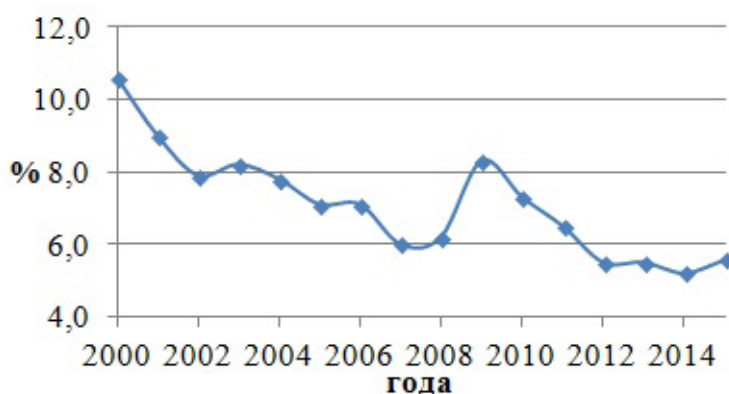


Рис. 1. Уровень безработицы в РФ

— пожизненного найма персонала, смысл заключается в заинтересованности сотрудников работать как можно дольше на данном предприятии, с целью получения вознаграждения за выслугу лет, премий, повышения профессиональной подготовки, различных социальных льгот. То есть преимуществом данного принципа является стабильная занятость, которая выгодна, как работникам, так и стране в целом;

— системе ротации, суть которой заключается в перемещении работников по горизонтали и вертикали каждые два-три года. Данная система обеспечивает качественную деятельность работников, так как при переходе на новое рабочее место необходимо иметь хорошую репутацию, полученную на предыдущем месте;

— системе подготовки на рабочем месте.

Главными особенностями японских моделей стимулирования труда являются:

— дифференциация заработной платы по отраслям;

— размер оплаты труда, зависящий от фактического трудового вклада и реальных результатов работы;

— ставки руководителей, менеджеров, начальников отделов базируются на системе «плавающих окладов», т. е. размер ставки будет определяться в зависимости от динамики себестоимости, объемов производства, номенклатуры и других показателей;

— в кризисных ситуациях, в первую очередь снижаются оклады руководителей, в то же время заработки рабочих увеличиваются.

Если рассматривать японскую систему нематериального стимулирования, то можно так же выявить некоторые особенности:

— объединение рабочих в группы, в результате чего возникает соперничество между группами, которое стимулируется, а возникновение соревновательного духа между работниками одной группы не поощряется;

— установление доверительных отношений администрации с персоналом. Доверие порождает ответное доверие.

Итак, Наиболее существенные преимущества японских компаний заключаются именно в системах и методах управления персоналом.

В России, некоторые компании применяют отдельные элементы японской системы стимулирования. Например, Самарская клиника репродуктивной медицины «Эко» разработала эффективную систему стимулирования персонала на предприятии для привлечения и удержания высококвалифицированных специалистов, лучших в своей профессии. Такая мотивация сотрудников — пример для всех медицинских учреждений. Основная цель системы сформулирована, как «обеспечение мира и достатка для работников». В систему стимулирования входят:

— материальные поощрения (высокая зарплата; премии по результатам работы и за выслугу лет, т. е. используется принцип пожизненного найма персонала;

— организация обучения и стажировок в ведущих отечественных и зарубежных клиниках; обеспечение бес-

платным питанием на местах, рабочей одеждой, дотациями на сотовую связь и бензин; кредитование сотрудников);

— нематериальные (организация досуга — корпоративные мероприятия, походы в театр, туристические поездки, поздравления ко дню рождения). Реализация программы позволила полностью укомплектовать штат специалистами, многие из которых считаются лидерами в профессии.

Любое использование материалов допускается только при наличии гиперссылки.

Другая, достигшая высоких показателей система стимулирования — американская, в её основе — направление на поощрение предпринимательства и обогащение экономически активного населения. [1]

Главными особенностями являются:

— материальное поощрение зависит от профессионализма рабочих и от количества освоенных ими профессий, что поддерживает мобильность на высоком уровне;

— чёткое разграничение управляющих на категории;

— целевое управление;

— система поощрения новаторских идей, повлекших увеличение прибыли;

— система «двух направлений в карьере»: либо административно-должностной рост, либо постепенное повышение оклада до уровня руководителя. [3]

Как мы видим, данная система более направлена на индивидуализм каждого рабочего.

Итак, мотивация работников в организации имеет значительную роль как для предприятия, так для экономики в целом. Мотивация представляет собой систему стимулирования труда, которая обеспечивает активную трудовую деятельность персонала, которая, в свою очередь, ведет к повышению эффективности деятельности предприятия.

Проведя анализ американской и японской систем стимулирования, можно отметить некоторые методы и принципы, использование которых, поможет разработать эффективную систему стимулирования на предприятии, переживающее период кризиса:

Нематериальные методы стимулирования:

1. Обеспечение системного повышения квалификации персонала.

2. Привлечение персонала к разработке целей развития предприятий и выработке решений.

3. Обеспечение условий для должностного продвижения по служебной лестнице.

4. Объективная оценка результатов труда персонала и моральное поощрение.

5. Установление доверительных отношений администрации с персоналом.

Материальные методы стимулирования:

1. Определение зависимости заработка персонала от конечного результата деятельности предприятия.

2. Поощрение прибыльных инновационных идей.

3. Система оплаты труда, не позволяющая снижать оклад работникам.

4. Улучшение условий труда.

Литература:

1. Варданян, И. «Зарубежный и российский опыт управления мотивацией персонала» / — «Кадровик. Ру», 2011, № 3.
2. Горявин, А. Н., Беленченкова Т. В. «Мотивация персонала в условиях кризиса» // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире // Информационный издательский учебно-научный центр «Стратегия будущего» (Санкт-Петербург), 2016, — № 14.
3. Горошко, О. Н., Фетисова О. В. Американская модель менеджмента в России // ООО «Центр развития научного сотрудничества» Н.: 2014-№ 29-с. 239–2432.
4. Огвоздин, В. Ю. Структура и принципы менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. — 2002. — № 6.
5. Прокина, Е. О. Основные причины демотивации персонала и её последствия // Молодой ученый. — 2015 — № 10. — с. 768–771.

Концепция бережливого производства: неуклонное сокращение потерь

Чернова Виктория Александровна, старший преподаватель;

Агеев Ильдар Тимурович, магистрант
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Концепция бережливого производства, направленная на устранение всех видов потерь, охватывает все аспекты деятельности предприятия и предполагает всеобщее участие персонала организации в процессе оптимизации бизнес-процессов и ориентации на потребителя.

Ключевые слова: *Lean Manufacturing, концепция бережливого производства, бережливое производство, сокращение потерь, потери*

Chernova Victoria, senior lecturer;
Ageev Ildar Timurovich, master student
RUDN University (Moscow)

В Японии и многих западных странах концепция управления качеством Lean Manufacturing (Концепция бережливого производства), которая основана на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь и предполагает вовлечение в процесс оптимизации производства каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя, считается сегодня одной из самых эффективных моделей развития организации. Внедрение бережливого производства становится все более популярным и среди отечественных производителей, осознавших, что конкурентоспособность невозможна без значительного преобразования производства.

Первоначально концепция, подобная Lean Manufacturing, появилась у Генри Форда (H. Ford) в Америке в 1920-х гг. В это же время в СССР А. К. Гастев предложил систему НОТ (Научная Организация Труда). Однако, революционные идеи не были восприняты современниками. Уже в середине 1950-х гг. Тайити Оно (Taiichi Ohno) из Японии разработал новую систему организации производства, впоследствии получившую название Производственная система Toyota или Toyota Production System (TPS). Эта система распространилась на Западе в 1980-е гг. и получила обозначение Lean Production (Lean Manufacturing, Lean). Большой вклад в совершенствование системы бережливого производ-

ства внесли Сигео Синго (Shigeo Shingo), создавший метод SMED, и Масааки Имаи (Masaaki Imai) — первый популяризатор философии Кайдзен. [4]

К концу XX века система бережливого производства была приспособлена к условиям торговли, сферы услуг, коммунального хозяйства, здравоохранения, вооруженных сил и государственного сектора.

Концепция бережливого производства представляет собой и философию, и систему, и инструментарий, чьи принципы предполагают непрерывную длительную работу по совершенствованию качества и минимизации потерь:

Определение ценности конечного продукта;

1. Определение потоков создания ценности;
2. Обеспечение постоянства потоков формирования ценности;
3. Вытягивание продукта потребителем;
4. Стремление к совершенству.

Применение на практике указанных принципов позволяет сделать предприятие более эффективным благодаря росту производительности труда, конкурентоспособности и качества выпускаемых изделий, не требуя капитальных затрат на реорганизацию производства. [1]

Внедряя бережливое производство, предприятие должно устранить потери — действия, не приносящие

ценности, но требующие ресурсов, что поможет существенно сократить производственный цикл и снизить итоговую стоимость продукции. В данной концепции рассматривается 7 видов потерь:

1. **Транспортировка.** Требует оптимизации маршрутов по времени и расстоянию, поскольку каждое перемещение увеличивает риск повреждения, потери, задержки и вызывает рост накладных расходов, не прибавляя ценности продукту.

2. **Запасы.** Представляют собой замороженные денежные средства, лежащие на складах, при этом требующие расходов на их сохранение.

3. **Движения.** Лишние движения работников и оборудования приводят к дополнительным потерям времени и средств.

4. **Ожидание.** Сырье и продукты, находящиеся в незавершенном производстве и дожидаящиеся своей очереди на обработку, занимают место и увеличивают стои-

мость без увеличения ценности.

5. **Перепроизводство.** Самый негативный вид потерь, требующий затрат на производство, хранение, учет и пр.

6. **Технология.** Технологические возможности предприятия не справляются с требованиями потребителя.

7. **Дефекты.** Требуют затрат времени и средств на устранение.

8. **Потери от неправильной расстановки персонала на производстве,** в случае если сотрудники выполняют работу, не соответствующую их навыкам и опыту. [2]

Концепция бережливого производства является продолжением многих японских подходов к управлению, благодаря чему она включает как большое число методик и инструментов, так и сами подходы управления. В зависимости от конкретных задач и условий на практике применяются разный состав методик и инструментов, к наиболее часто встречающимся относят следующие, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Инструменты и методики в концепции бережливого производства

Инструменты	Описание
Just in Time	Позволяет производить продукцию в нужном количестве в нужное время — основывается на потребительском спросе и «тянущем» производстве
Кайдзен (kaizen)	Сотрудники регулярно и активно работают над совершенствованием своей деятельности, непрерывно улучшая качество
5S	Позволяет сократить потери, связанные с плохой организацией рабочего места: повышает производительность и избавляет исполнителя от затрат времени на поиск нужных инструментов, документации и т. д., создает атмосферу комфорта на рабочем месте.
Андон (Andon)	Позволяет всем сотрудникам видеть состояние производства, предупреждает, когда необходима помощь, и позволяет операторам остановить производственный процесс в случае возникновения проблем.
Канбан	Система регулирования потоков материалов и товаров внутри организации и за ее пределами — с поставщиками и заказчиками. Позволяет сократить потери, связанные с запасами и перепроизводством.
SMED	Система, позволяющая сократить потери времени, связанные с установкой заготовок.
Стандартизация работы	Позволяет документировать процессы, за счет чего создается основа для улучшения деятельности.
Рока-Йоке	Метод моделирования ошибок и их предупреждения в производственных процессах
Шесть сигм (6 σ)	Означает уровень эффективности производства, при котором на каждый миллион проведенных операций приходится всего 3,4 дефекта, при этом дефектом считают все, что не соответствует требованиям клиента. Основная цель — минимизация отклонений в ходе производственного процесса и его улучшение с помощью последовательности шагов DMAIC (define, measure, analyze, improve, control): выявление, измерение, анализ, совершенствование и контроль
Кампания красных ярлыков	Предполагает ежемесячный обход рабочих мест сформированной командой, состоящей из работников цеха, и прикрепляющей на оборудование, инструменты, запасы, документы и пр. красные ярлыки в случае, если эти предметы редко применяются или мешают перемещению как продукции, так и самих работников по цеху. Другая команда исследует каждый помеченный предмет с точки зрения необходимости его существования. Те предметы и документы, которые не используются и только мешают, немедленно удаляются или перемещаются на места складирования.

Комбинация методик, инструментов и подходов поддерживает и усиливает друг друга, за счет этого сама система Lean становится более гибкой.

Переход к концепции бережливого производства на ка-

ждом конкретном предприятии требует адаптации под специфические условия и разработки плана по проведению усовершенствований. Как правило, организации, внедряющие бережливое производство проходят ряд этапов (таблица 2).

Таблица 2. Этапы внедрения и условия применения концепции бережливого производства

Этапы внедрения концепции бережливого производства	Условия применения на производстве
Определение внутреннего или внешнего специалиста по переходу предприятия на бережливое производство	Внутри предприятия — это должен быть один из ТОП — менеджеров. Внешний специалист — организационный консультант с широкими полномочиями и обязательством руководства выполнять все его рекомендации.
Организация тотального обучения всего персонала технологии бережливого производства	При недостаточной мотивации персонала к принятию изменений проработка вопроса трудоустройства части работников или ухода на пенсию возрастных специалистов.
Определение целей проведения организационных изменений	Взвешенный подход к определению своевременности принятия решения о переходе на бережливое производство и причин, определяющих этот переход
Разработка руководителями карт потоков создания ценности по всем без исключения процессам	Ревизия всех процессов, состояния оборудования, рабочих мест, материальных и информационных потоков.
Оценка всех видов потерь и причин их возникновения	Вовлечение в эту работу максимально большого числа сотрудников предприятия.
Разработка процедуры перехода на бережливый процесс создания ценности в одном из ключевых процессов	Подготовка материально-технической базы для организации «правильных» рабочих мест, оборудования и подготовка людей к переходу на бережливое производство.
Применение «кайдзен» по всей цепочке процесса	Работа малых групп по поиску улучшений и их внедрение.
Перенос опыта проведения изменений на другие процессы	Поддержка сотрудников, прилагающих усилия по проведению изменений.
Переход на новую систему управленческого учета	Создание по всем командам процессов технологии «вытягивающего» производства. Переход на карточки «канбан».
Связь оплаты труда процессных команд с показателями работы предприятия	Обеспечение прозрачности финансового учета результатов деятельности фирмы.
Постепенный вывод устаревшего оборудования и замена его на оборудование, обеспечивающее производство по поточному методу	Наличие высвобожденных ресурсов и рост производительности труда в результате проведенных организационных изменений.
Инициация трансформации проведения преобразования в сторону принятия бережливого производства у внешних поставщиков и потребителей продукции	Демонстрация выгод от применения бережливого производства своим партнерам.

Применение концепции бережливого производства в любой организации позволяет достичь значительного повышения эффективности работы и сокращения потерь. [3]

Выпуская качественные изделия, компания получает выгоду в виде роста объемов реализации и рентабельности,

улучшения имиджа, дает возможность получить большую долю рынка, повысить производительность труда сотрудников, понизить уровень дефектности и гарантийных возвратов, получить более высокую прибыль за счет сокращения издержек.

Литература:

1. Чернов, А.В., Миськов Д.В. Проектирование системы качества радиотехнических средств // Нелинейный мир. — 2010. — № 10. — с. 658–662.
2. Высочий, Д. Система Lean: Концепция бережливого производства // Д. Высочий URL: <http://otrude.ru/> (дата обращения: 20.11.2016).
3. Колчков, В.И. Точность-Качество // Консультационно-информационный ресурс Точность-Качество. URL: <http://www.micromake.ru> (дата обращения: 20.11.2016).
4. Менеджмент качества // КПМС. URL: <http://www.kpms.ru/> (дата обращения: 20.11.2016).
5. Консалтинговая группа BI TO BE. Основы бережливого производства. Методические материалы для площадки «Карьера» Международного молодежного лагеря «Байкал 2020» // Консалтинговая группа BI TO BE. URL: <http://www.bitobe.ru> (дата обращения: 20.11.2016).

Развитие газовой промышленности

Чигрин Егор Николаевич, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

Природный газ в настоящее время играет огромную роль в жизни человека. Газ занимает третье место в числе ископаемых видов топлива. Многие годы обсуждается вопрос значимости и потенциала природного газа, чтобы в последствии создать более устойчивый источник энергии. В настоящее время в США производится добыча сланцевого газа, что обеспечило наиболее надежные поставки газа.

В 2012 году всемирный энергетический совет энергетических ресурсов, высказался по поводу сланцевого газа. Развитие сланцевого газа будет играть огромную роль и существенное влияние на динамику цен, рынка природного газа. Исследования последствий быстрого роста поставок нетрадиционного газа на мировые рынки, говорит о том, что сланцевый газ стал глобальным явлением, и будет иметь глобальное значение в течении некоторого времени. Эти изменения поставок являются важным фактором для энергетических профессионалов, изучающих будущее данной отрасли, её направление и скорость развития.

Последствия нетрадиционного газа на изменение динамики рынка не может быть недооценена. Теперь, когда австралийский метана — угольный завод и Сланцево газовый завод в США появились на мировом рынке, они не несомненно оказывают большое воздействие на рынок. Наиболее значимыми в глобальном смысле являются:

Взаимосвязь рынков: связано это с избытком поставок на рынок, так же наблюдается нормализация цен. Структурные сдвиги наиболее заметны в основном потреблении: в Азии, Европе и Северной Америки.

Международный рост нетрадиционного газа: Это разведка и добыча нефти в Австралии, Китае, Аргентине, что привело к успехам и позволило обеспечить поставки нетрадиционного газа за пределами Северной Америки. Так же роль сланцевого газа сыграла роль конкурентного типа активов, который и по сей день продолжает смещаться в сторону индустрии капиталовложения, гибких инвестиций.

Ключевым вопросом является может ли быть газ доступным в ценовом аспекте для покупателей за пределами Северной Америки, для этого поставщикам предлагаются различные стимулы для того чтобы они инвестировали в инфраструктуру, развития данной отрасли. Национальные нефтяные компании, которые хотят сделать поставки газа более выгодными и доступными в интернете, делают успехи в разработке нетрадиционных ресурсов за пределами Северной Америки. Развитие этой тенденции создает для конкуренции инвестиций некоторых традиционных активов и влияний, как и торговые потоки развиваются через рынки. США с изобретением добычи сланцевого газа и

выходом его на рынок в сложный период привело к нарушению структуры поставок и экономики в целом, по мере того как рынок поглощает газ и цены на рынке двигаются ближе к стоимости поставок, США хорошо закрепились, для того чтобы быстро реагировать и быть поставщиком СПГ. Потенциал поставок сланцевого газа очень велик, к 2030 году газ может занимать 25% мирового энергетического баланса, что говорит нам о значимости сланцевого газа, который будет менять пейзаж поставок природного газа. Революция сланцевого газа в США служит нам в качестве уникального социологического исследования, который показывает нам как поставщики могут использовать технологической инновации, чтобы добраться до наиболее легких, доступных и надежных методов поставки природного газа. Тем не менее в настоящее время, остается фактом, что текущая динамика рынка говорит о том что место природного газа находится под угрозой. В 2016 году был создан Всемирный энергетический совет. В данном совете принимает участие огромное количество умнейших людей мира. Лидеров различных отраслей попросили высказать своё мнение о будущем энергетики, многие из них сошлись на том, что природный газ, несомненно, имеет потенциал, играя важную роль в великом переходе к доступным экологически доступным энергетическим ресурсам будущего. Тем не менее, для того, чтобы удовлетворить амбиции, были приняты определённые решительные меры, чтобы облегчить неопределённость на рынке:

1. Взять за собой самую высокую степень внимания к распределению портфелей, управлять рисками, а так же искать новые эффективные, инновационные партнёрские отношения, в целях реализации проектов.

2. Создание политики, способствующей ликвидности рынка и достаточной конкуренции, необходимой для безопасности поставок и формировании четких ценовых сигналов.

3. Так же, чтобы оценить экономические и экологические выгоды от диверсификации энергетических активов с использованием природного газа в энергетике, промышленности, транспорте, а также в химических веществах. Рассмотреть новые, наиболее выгодные инвестиционные партнерства по обеспечению поставок.

При переходе на структуру предложения на мировом рынке, сланцевый газ будет дополнять действия ключевых субъектов, за счёт повышения прозрачности, конкуренции, а также изменит экономику природного газа. Это придаст уверенность для инвесторов, для более лучшего развития инфраструктуры, необходимой для надежного использования природного газа в качестве источника топлива в долгосрочной перспективе.

В 2016 году, роль природного газа в мировом энергетическом балансе оказывается неопределенной. Так называемый «Золотой век газа» больше не находится в поле зрения. Экономические, геополитические и политические ограничения замедляли спрос в Азии, в последствии и в Европе. С другой стороны, поставщики Австралии, Ближнего Востока, Африки и Северной Америки, которые делают ставку на старые прогнозы для азиатского роста спроса приносят много новых поставок на рынок. С притоком поставок, опережающих рост спроса, мир сталкивается с глобальным перенасыщением поставок и снижением цен на природный газ. Многие поставщики с огромным трудом остаются на плаву в сложившейся ситуации. Более одного года на рынке идет вниз устойчивость нетрадиционного газа, таких как сланцевый газ и метан угольных пластов, и продолжает перекрывать международный ландшафт энергоснабжения. Всего несколько лет назад, нетрадиционный газ считался одним из наиболее высокостоящих активов, который требует 100\$ баррель (баррелей) нефти, необходимых для выживания. Тем не менее, в Северной Америке, эксплуатационная эффективность и технологические инновации привели к снижению затрат, повышению производительности и привели к наиболее быстрому протеканию революции поставок нетрадиционного газа. В США, к 2014 году добыча сланцевого газа составляла 47% от общего объема добычи природного газа в США и более 10% мирового природного газа производства. В 2016 году влияние сланцевого газа становится ещё сильнее, чем когда-либо, так как он входит в азиатские и европейские рынки в виде сжиженного природного газа. Данные поставки нетрадиционного газа, под предводительством США, привели к структурным сдвигам, происходящим в настоящее время на мировых рынках природного газа. Существуют три отдельных рынка, работающих о региональных до глобальных рынков природного газа, сложившихся еще за долго до сланцевого бума. В Северной Америке, Азии и Европе. В Северной Америке, наращивание темпов поставок сланцевого газа в период с 2008 года привело к перенасыщению рынка, снижению цен и обращение вспять торговли значительных потоков. США достигла своего пика импорта природного газа в 2007 году, что составляло 129 млрд кубометров трубопроводного газа и 21.6 млрд кубометров СПГ Imports.

Литература:

1. Маркелов, В. А «Газовая промышленность»
2. Горюхин, Р. Е «Без информации нет прогресса»
3. Исляев, Т. Р. «Стандартизация и технологическое развитие компании в современных условиях»
4. Голубева, И. А., Ключев В. М., Баканев И. А., Дубровина Е. П. «Особенности технологии сжижения природных газов в условиях арктического климата»

Перенасыщение поставок и сокращение торговли способствовало региональной рыночной дислокации. Цены в США, однако, по прежнему находятся в значительной депрессии из-за продолжающегося наращивания внутренних поставок. Тем не менее, к 2017 году США должен стать чистым экспортером природного газа. Географическая структура экспорта СПГ, как ожидается, должна послужить в качестве выпускного клапана для перенасыщенных поставок по поддержанию в Северной Америке цены дислоцированных от других региональных рынков. Географическая структура экспорта СПГ также создает возможность увеличения взаимосвязей и снижения премий через региональные рынки. США придерживается теории газ-на-газ.

Газ-на-газ, заключается в конкуренции цен на природный газ, где структура различных регионов существенно различается. В то время как почти половина природного газа, продаваемого в Европе по цене на основе хаба природного газа, в Азии, цены на природный газ исторически были основаны на нефти. Индексация нефти по прежнему сохраняется в Азии, частично из-за отсутствия конкуренции газа на газ в регионе.

Аппетит к переходу от нефти индексируется моделью ценообразования и это уже становится очевидно в Азии. Контракты США СПГ теперь отражают эквивалент 20% японских отчетов Imports.

Подводя итог всему вышесказанному, хотелось бы отметить что, в настоящее время существует очень много неопределенности вокруг будущего спроса на импортный газ. Новые расходные материалы появляются по всему миру и структура поставок приспосабливается к новой эпохе. Поскольку рынок оседает и расходные материалы всасываются, так же играют и другие факторы, такие как геополитики, экономики и потенциального роста международных поставок нетрадиционного газа, может привести к дальнейшим сбоям торгового потока. С точки зрения потребителя, ключевыми задачами природного газа являются доступность и безопасность поставок. Эволюция глобального рынка решает эти проблемы за счет конкуренции и ликвидности. С точки зрения поставщика, прозрачность ценового сегмента и возможность хеджирования, созданные с помощью жидкостного рынка, делая долгосрочные инвестиции менее рискованными.

Государственное управление развитием агропромышленного комплекса Чеченской Республики

Эльсункаев Тамерлан Салманович, магистрант

Южно-Российский институт управления (филиал) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

Агропромышленный комплекс и его базовая отрасль — сельское хозяйство — являются ведущими сферами экономики Чеченской Республики, формирующими агропродовольственный рынок, продовольственную и экономическую безопасность, трудовой и поселенческий потенциал сельских территорий. На сегодняшний день Чеченская республика является одним из самых сельских регионов Российской Федерации. Актуальность данного утверждения подтверждается тем, что более 60% населения проживает в сельской местности (то время как среднероссийский уровень равен 27%) и именно на селе основной контингент безработных.

Глава Чеченской Республики Кадыров Р.А. одним из приоритетных направлений в деятельности органов исполнительной власти определил возрождение и развитие агропромышленного комплекса. Как он подчеркнул: «... одна из основных отраслей экономики региона должна стать рентабельной, обеспечить внутренний рынок экологически чистой сельхозпродукцией по доступным для населения ценам. Мы должны стать конкурентоспособными не только в России, но и выйти на мировой рынок...» [1].

В настоящее время агропромышленный комплекс Чеченской Республики представляет собой сложный механизм, эффективное функционирование которого возможно лишь при условии, если объективно оценено его состояние, определены его потребности и перспективы развития, сформированы структура производства и управления и решены ряд других принципиальных вопросов. Огромное значение имеет принятие мер по укреплению существующих форм и субъектов хозяйствования. В результате оказанной поддержки АПК, за последние годы был достигнут рост основных производственных показателей сельскохозяйственного производства. Валовая продукция сельского хозяйства в Чеченской Республике за последние семь лет выросла почти в 3 раза, и среднегодовой темп прироста составил за данный период 28,5%. Однако, несмотря на предпринимаемые государством меры по поддержке сельхозтоваропроизводителей и имеющуюся положительную динамику производства, следует отметить, что аграрный сектор экономики республики, как и в целом по Российской Федерации, по — прежнему остается (находится) в кризисном состоянии, которое приобрело затяжной характер.

Государственную политику в сфере сельскохозяйственного производства республики осуществляет Министерство сельского хозяйства Чеченской Республики.

Минсельхозу ЧР подведомственно 174 действующих предприятий и учреждений, из которых 20 промышленных предприятий. Помимо подведомственных предприятий в

сфере АПК действуют 20 предприятий обслуживающих Минсельхоз ЧР.

В АПК Чеченской Республики с участием средств республиканского бюджета реализуются восемнадцать программ государственной поддержки, субсидируемые из бюджетов разного уровня, направленные на повышение эффективности сельскохозяйственного производства.

Министерство сельского хозяйства Чеченской Республики продолжает оказывать поддержку фермерским хозяйствам. По статистическим данным на 01.12.2015 года в Чеченской Республике зарегистрировано и функционирует 4275 крестьянское (фермерское) хозяйство.

В рамках Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Чеченской Республике на 2014–2020 годы» [2] реализуется подпрограмма «Поддержка малых форм хозяйствования», в том числе ее основные мероприятия — поддержка начинающих фермеров и развитие семейных животноводческих ферм.

В рамках ВЦП «Поддержка начинающих фермеров в Чеченской Республике на 2015–2017 годы» и «Развитие семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств в Чеченской Республике на 2015–2017 годы», в 2015 году 100 начинающим фермерам перечислены гранты на создание и развитие фермерских хозяйств, 10 фермерских хозяйств получили гранты на строительство семейных животноводческих ферм.

Одной из главных целей становления агропромышленного комплекса республики является обеспечение эффективного развития сельскохозяйственного производства на базе его конкурентоспособности, роста уровня и качества жизни на селе. В целях реализации поставленной цели был разработан проект «Стратегия развития агропромышленного комплекса ЧР на 2014–2020», базисным ориентиром которого является развитие агропромышленного комплекса республики, предусматривающий программно-целевой подход к становлению каждой отрасли сельского хозяйства.

Стратегия развития АПК Чеченской Республики должна отражать его реальное состояние и базироваться на принципах целостности развития. В свою очередь целостность подразумевает охват всех элементов жизнедеятельности сельских территорий, ориентацию на потребности людей и использование межотраслевых подходов.

Следует отметить, что базисной задачей аналогичных стратегий является рост благосостояния сельского населения и расширение диапазона развития АПК посредством включения в его состав каждого сегмента и компонента. В соответствии с программой «Развитие агропромышлен-

ного комплекса ЧР на 2014–2020» в рамках экономического и социального развития действуют следующие меры государственной поддержки предприятий АПК:

- обеспечение исполнения обязательств предприятий по банковским кредитам посредством предоставления объектов республиканского залогового фонда;
- субсидирование за счет средств республиканского бюджета части процентной ставки по кредитам, привлеченным для реализации инвестиционных проектов;
- обеспечение инвестиционным налоговым кредитом на срок окончания развития проекта;
- обеспечение налоговыми льготами в части средств, зачисляемых в республиканский бюджет.

В целом, агропромышленная политика региона служит ориентиром при разработке стратегии развития регионального АПК и его отраслей.

Анализ потенциала агропромышленного комплекса Чеченской Республики свидетельствует об имеющихся больших возможностях его развития. Однако попытки спонтанного развития отрасли, без определения приоритетов и способов их реализации, без продуманной региональной политики, без полноценного учета имеющегося потенциала не позволяют управленческим структурам реализовать имеющиеся в данной сфере возможности.

Для того чтобы выявить основные проблемы и перспективные направления развития государственного регулирования АПК Чеченской Республики, автором был проведен экспертный опрос. Экспертами выступали представители агробизнеса Чеченской Республики, сферы образования и органов региональной власти.

Большинство экспертов — 59,8%, выделили проблему отсутствия инновационной системы подготовки и использования кадров для агропромышленного комплекса. Действительно, несмотря на то, что приоритеты, принципы, цели и задачи региональной агропромышленной политики, а также условия их реализации определяются в рамках концепций и программ инновационного развития данной сферы, ее внедрение происходит медленно.

Отмечено слабое развитие инновационной, информационной и образовательной инфраструктуры. Образовательная система слабо реагирует на запросы рынка труда; специальности, востребованные отраслями агропромышленного комплекса практически не открываются в Чеченской Республике, что не позволяет сформировать полноценную инновационную систему подготовки и использования кадров.

20% экспертов отметили слабое развитие финансовых инструментов государственной поддержки агропромышленного комплекса.

Таким образом, перспективным направлением развития АПК региона является организация условий по внедрению инновационной системы подготовки и использования кадров для агропромышленного комплекса Чеченской Республики по следующим направлениям:

- принятие аграрными образовательными учреждениями дополнительных мер, направленных на повышение

качества подготовки выпускников и создание инновационной системы непрерывного профессионального образования;

- налаживание тесных связей сельскохозяйственных предприятий с образовательными учреждениями аграрного профиля; активное включение предпринимательских структур в инновационный процесс; юридическое закрепление учебно-опытных хозяйств за аграрными вузами;
- направление целевой государственной поддержки отраслевой науки на развитие, закрепление научно-технического потенциала научных исследований и ускорение инновационных процессов в АПК по всему циклу производства;
- формирование агротехнопарковых структур в регионе;
- подписание соглашений о расширении сотрудничества в деле подготовки кадров для АПК Чеченской Республики между Российским государственным аграрным университетом — МСХА имени К. А. Тимирязева и учебными заведениями Чеченской Республики.

Данные направления приобретают особую актуальность с учётом того, что коррелируют с мерами «зелёной корзины» Соглашения по сельскому хозяйству, и могут применяться без ограничения.

Еще одним из направлений государственной поддержки является выделение финансовых ресурсов на поддержку микрофинансирования, поэтому представляется возможным процесс обеспечения микрокредитами малого агробизнеса Чеченской Республики осуществлять через специально созданный апексный институт, учитывая тот факт, что в регионе все микрокредитные организации действуют разрозненно и не соединены в единую структуру.

Таким образом, механизм финансирования микрофинансовых организаций посредством создания апексного института Чеченской Республики, для поддержки малого агропредпринимательства, будет включать следующие этапы:

1. Апексный институт получает финансовые средства из бюджетов различных уровней для финансирования малого агропредпринимательства региона, также привлекает средства доноров (к примеру, зарубежных организаций, поддерживающих развитие микрофинансирования в России);
2. Перераспределяет их микрофинансовым организациям муниципального уровня под залог их кредитного портфеля (суммы кредитов, предоставленных субъектам малого предпринимательства).
3. Микрофинансовые институты осуществляют выдачу микрозаймов субъектам малого агробизнеса Чеченской Республики.

Основной целью деятельности апексного института будет являться финансовая поддержка малого агропредпринимательства на территории региона.

В случае успешной реализации предложенных мероприятий малое агропредпринимательство не только получит толчок к дальнейшему развитию, но и будет максимально удовлетворять свои финансовые потребности за счёт привлечения ресурсов из рыночных структур, что в свою очередь снимет нагрузку с бюджета Чеченской Республики.

Литература:

1. Кадыров, Р. А. Проблемы АПК требуют к себе пристального внимания. // Вести Республики. 28.02.2013 г.
2. Государственная программа «Развитие сельского хозяйства, регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Чеченской Республике на 2014–2020 годы». (Утв. постановлением Правительства Чеченской Республики от 03.12.2013 г. № 312) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 № 717 (ред. от 19.12.2014) «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
4. Постановление Правительства РФ от 6 сентября 2010 г. № 1485 «О федеральной целевой программе «Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.businesspravo.ru>.
5. Багавудинова, М. Б. Совершенствование мер государственного регулирования АПК в условиях рыночной экономики // Региональные проблемы преобразования экономики. 2016. № 4 (66). с. 25–28.

The legal framework of the development of small business and private entrepreneurship

Yuldasheva Aziza Toʻlqinovna, Senior fellow

Academy of Public Administration under the President of the Republic of Uzbekistan

During the years of independence, it was a major change policy in small business be the state. First and foremost, this concerns the improvement of the normative-legal base. «Licensing procedures in entrepreneurship activity», «Competition», «On guarantees of freedom of entrepreneurial activity» (new edition) in accordance with the laws and other legislative acts guarantees of the citizens free participate in business activities to be more behoof, as well as improved the mechanisms to protect the legitimate rights and interests of the subjects of entrepreneurial activity.

The legislation of the Republic of Uzbekistan adopted a number of laws and law enforcement, regulatory agencies and administrative bodies in order to eliminate the interference of illegal business activities and as well as great attention to increase the responsibility of officials of these agencies. The rights of entrepreneurs in interaction of entrepreneurs with government, law enforcement and regulatory authorities sets up in principle of priority. As well as to simplify and facilitate the functioning of businesses with more than 40 regulatory changes and additions to the document. In particular, the new rules, if a person commit a crime associated with the payment of taxes or other mandatory payments and if he commit a crime for the first time within 30 days after detection of abuse and he cover the full damages to the state, a criminal case isn't launched against him [1].

Pays great attention to the role of the judicial authorities to protect the legal rights of private property owners and entrepreneurs for the issue of strengthening the guarantees of their activity. When the court considered the lawsuit, if entrepreneur is dissatisfied with the decision of the control authorities, the business entity have the right to suspend the execution. Adopted the norm of law that if a business entity in

violation of tax and customs legislation, the property could be confiscated only in accordance with the decision of the court, and significantly reduced to consider period of the statement of claim. Now, firms, small businesses and farms, four times a year, and other business activities are inspected once every three years in order to check and control bodies such inspections only can be carried out in accordance with the decision of the State Council of Coordination.

The financial and economic activity associated with planned implementation period was reduced by up to 30 calendar days to 10 calendar days. It should be noted that this law also applies to private banks and financial institutions. By state law enforcement and regulatory authorities to conduct inspection of financial-economic activity and it was raised the measures for the violation of administrative responsibility for public services [1].

This measures also apply to cases such as forced the activity of economic entities and the illegally to stop their bank account numbers operations, information about the accounts of business, charity work and other activities related to the allocation of funds.

At the same time, adopted a legal mechanism for government agencies, local self-governance bodies in illegal decisions by officials or their business entity as a result of action or inaction damages, including to cover the full lost amount profits.

The criminal responsibility applied for the law enforcement and other government officials in case of a few times violation of the right in freedom of entrepreneurial activity. Relevant norms added to Criminal Code of the Republic of Uzbekistan. A new system was realized, from 2015 year in Uzbektelecom joint stock company works Call center, also all day works the State Prosecutor office's hotline, which accepts the applications of citizens.

This system of government, law enforcement, and businesses controlled by the authorities to prevent unreasonable interference in entrepreneurial activity and applications and complaints about violations of the rights of property owners. During the past year and a half after this system has been implemented the Prosecutor's Office appealed to more than 1500 entrepreneurs. Most importantly, nearly a third of all complaints resolved in favor of entrepreneurs.

Relationship between government agencies and businesses due to implementing of electronic forms in 2015, 42 thousand 800 business entities registered in the portal of on-line public services via the Internet. They have access to 260 types of interactive services. 2013–2014 years, serving more than 102 entrepreneurs and citizens, and in 2015 this figure increased by 420 thousand.

Today, 100 percent of the tax and statistical reports in electronic form via the Internet. January 1 of this year in all

regions of the country «one window» principles providing the public services for entrepreneurs as a one Centers. As well as implementing completely new mechanism for entrepreneurs for connecting on engineering and communication networks. According to it, these regional organizations was given the mandate to conduct the work of the networks from the technical conditions for the enterprises to implement all the engineering and communication networks, and they made ready to use by entrepreneurs [1].

During the years of independence of the Republic of Uzbekistan as a result of development reforms in the area of small business, from day to day the sector is in sustainable development. The economy of the Republic of Uzbekistan increasing significant role in the development of small business and private entrepreneurship in the share of its gross domestic product in 2006 to 42.1 percent, while in 2015 the figure was raised till 56.7 percent (Table 1).

Table 1. Share of SBPE in GDP in Uzbekistan (%)

Indicators	Years									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Share SBPE in GDP	42,1	45,7	48,2	50,0	52,5	54,0	54,0	55,8	56,1	56,7

Source: Based on data from the State Statistical Committee of the Republic of Uzbekistan was prepared [3]

Working in SBPE sphere the ratio of the total employed population. It should be noted that more than 64% of new jobs in small businesses, strengthening incentives for the development of private entrepreneurship and farming, in particular, to give them new privileges and preferences, 28% more than the creation of new businesses, the expansion of various forms of home.

70% of the total employed in the economy of the devel-

oped countries in the field of SBPE operating in Uzbekistan in 2015 amounted to 77 percent of the employed population in this area can be recognized as a result of the reforms implemented [2].

SBPE mainly shares in cultivation of agricultural products, construction, cargo and passenger transportation positions, but industry, investment and export potential of proportional share of the level remains low. (Table 2).

Table 2. SBPE entities in the sectors of the economy (%)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GDP	48,2	50,1	52,5	54,0	54,6	55,8	56,1	56,5
Industry	14,6	17,9	18,8	21,9	23,1	28,1	31,7	40,6
Agriculture	97,7	97,8	97,8	97,7	97,8	98,0	98,0	98,4
Investment	24,6	23,7	28,5	31,9	35,3	32,7	35,4	35,8
Construction	58,4	42,4	53,1	68,6	71,1	71,5	69,5	66,7
Trade	84,6	81,0	85,1	86,7	87,3	86,6	86,3	87,1
Paid services	48,5	46,9	47,0	46,3	44,9	46,2	48,6	50,5
All services	44,2	44,1	45,7	46,1	46,8	48,9	51,5	55,6
Freight	38,1	39,5	41,6	43,2	44,2	47,3	50,9	53,7
Cargo	74,6	73,1	76,6	78,9	81,2	82,8	83,4	83,7
Passenger traffic	78,4	78,8	79,4	81,8	83,1	84,5	85,5	87,3
Passenger turnover	84,5	82,9	84,7	87,0	87,6	87,7	88,6	89,2
Export	12,4	14,6	13,7	18,8	14,0	26,2	27,0	27,8
Import	35,7	42,5	35,8	34,3	38,6	42,4	45,4	44,5
Employment	73,1	73,9	74,3	75,1	75,6	76,7	77,6	77,9

Source: Based on data from the State Statistical Committee of the Republic of Uzbekistan was prepared [3]

<http://stat.uz/uz/reports/>

Therefore, from the above we can see that small business has become a major factor in the welfare of the population

and therefore the development of the strategic task. Based on the social dimension of the national economy, in any case,

the calculation of the financial results of the primary is not «business representatives», it is entrepreneurs directed to more effective social benefits will be in center of attention.

It should also be noted that, compared to the first years

of independence, despite significant achievements, in sector development have not used untapped the potential. The primary tasks is to develop of innovative forms of business for using this capacity.

References:

1. The electron source: <http://www.press-service.uz/uz/news/5226/>
2. The electron source: <http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-islom-karimovning-mamlakat-16-01-2016>
3. The electron source: <http://stat.uz/statinfo/ekonomika-v-tsifrah>

Оценка налоговой нагрузки на организацию

Ярыгина Валентина Сергеевна, магистрант;

Плахов Артем Владимирович, кандидат экономических наук, доцент

Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

Налоговая нагрузка помогает повысить эффективное использование финансов предприятия. При определении налоговой нагрузки выявляется уровень воздействия внесенных налогов на итоги финансовой деятельности предприятия, что помогает раскрыть в достаточной степени эффективные способы уменьшения налоговой нагрузки без противоречия законодательству.

Основной целью комплексного анализа налоговой отдачи предприятий и отраслей на региональном уровне является принятие управленческих решений по повышению эффективности функционирования отраслей и предприятий региональной экономики, по обеспечению устойчивого роста доходов регионального бюджета (не за счет увеличения налоговой нагрузки), привлечению инвестиций в передовые отрасли, а, в конечном счете, способствовать стимулированному развитию национальной экономики. [7]

Достижению данных результатов способствует:

- установление абсолютно точной суммы налоговых расходов;
- определение динамики уплаты налогов в процессе изменения масштаба и видов выполняемых работ организации;
- расчет относительной величины нагрузки налога;
- установление уровня, при котором налоговые расходы не должны превышать допустимые нормы, определение методов снижения расходов в случае их увеличения.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, налоговое бремя, коэффициенты определения налоговой нагрузки.

Точного определения налоговой нагрузки в литературе пока не существует. В основном многие авторы определяют налоговую нагрузку в качестве определенной части налоговых обязательств, которая обязательно выплачивается предприятием без отсрочек и перенесения на другие субъекты экономики страны. Уменьшение величины нало-

говой нагрузки также не допустимо, когда проводится налоговое планирование, оптимизация налоговых платежей или другие меры.

Противоречивая трактовка налоговой нагрузки заключается в том, что нельзя рассматривать данную нагрузку в качестве объекта управления при анализе какого-то отдельного предприятия. Налоговая нагрузка должна быть неуправляемым объектом, которая не предполагает вариантов оптимизирования.

Однако в реальной практике существует иной подход к налоговой нагрузке:

1) для снижения налогового бремени, Налоговым кодексом предусматривает использование в деятельности предприятия определенных льгот. Статья 145 НК РФ разрешает ряду плательщиков налогов не производить выплаты НДС, по решению самого плательщика.

2) Политика предприятия, ведущая налоговый учет определяет ряд мер и положений, которые разрешают выбирать решения в отношении налоговой нагрузки. В частности, применимы амортизация имущества предприятия либо списание излишней стоимости запасов предприятия.

3) Существует ряд специальных налоговых режимов. Каждый режим имеет свою методику расчета и уплаты налоговых обязательств. Выбор режима зависит от предприятия. При желании можно перейти на другой налоговый режим, однако не ранее чем через года, после начала действия выбранного и установленного режима на предприятии [5].

Именно поэтому налоговая нагрузка определяется как часть обязательств по уплате налогов именно самим предприятием и не допускает перекладывание этих обязательств на другие субъекты экономики РФ.

Также сравнивают между собой налоговую нагрузку и налоговое бремя. Одни авторы считают, что данные термины обозначают один и тот же показатель. Другие счи-

тают, что «налоговая нагрузка» и «налоговое бремя» — совершенно разные понятия.

Автор Басалаева Е. В. определяет налоговое бремя как часть налоговой нагрузки, в результате которой значительно снижается эффективность деятельности предприятия.

По мнению Федосимова Б. А. в России на предприятиях применяют следующие показатели: доля налогов в выручке, в активах, в валюте баланса и другие [4].

Авторы Вахрушина М. А. и Пласкова Н. С. выделяют показатели, которые, в достаточной степени, должны определять выполнение обязательств при выплате налогов:

- коэффициент налоговой платежеспособности;
- коэффициент налоговой оборачиваемости;
- коэффициент налоговой емкости;
- коэффициент рентабельности налоговых затрат и другие.

Не существует единой методики, которая бы определяла расчеты совокупной налоговой нагрузки при анализе налогов на примере отдельного субъекта экономики.

Предприятиям, несмотря на отсутствие единой методологии и методик при анализе уплат налоговых обязательств, все равно нужно производить расчеты налоговой нагрузки, чтобы в дальнейшем разрабатывать налоговую стратегию и решать задачи по нормализации и уменьшению налоговых рисков [6].

При расчете налоговой нагрузки используют:

1. коэффициент совокупной налоговой нагрузки — совокупность налоговых платежей к выручке. Данный показатель определяет долю необходимых к выплате налоговых обязательств, которые взимаются из доходов. Если наблюдается снижение коэффициента совокупной нагрузки — это характеризует положительную динамику.

2. коэффициент налоговой эффективности применяется не для всех налогов, а лишь для определенных:

$$K_{нэ} = \frac{\sum H_i}{D_j} * 100 \%$$

где: H_i — величина налога i -го вида;

D_j — величина аналитического показателя j -го вида.

Если наблюдается уменьшение данного коэффициента в отношении установленной налоговой ставки, то это оз-

начает, что предприятие использовало в своей деятельности льготы.

3. доля налогов в добавленной стоимости — сумма налоговых платежей к добавленной стоимости. В ее состав включается:

- начисление амортизации;
- фонд оплаты труда работников;
- чистая прибыль предприятия.

4. коэффициент налоговой эластичности — изменение относительной налоговой нагрузки при таком же изменении налоговой базы. Данный показатель насколько эффективно применяются льготы и зачетные механизмы. с помощью коэффициента налоговой эластичности можно рассчитать НДС, налог на прибыль, при действии регрессивной шкалы налогообложения.

Отличия в анализе и оценки налоговой нагрузке:

1. изменения в динамике абсолютной налоговой нагрузке не являются достаточными, в связи с тем, что не помогают устанавливать связь с показателями финансовой и хозяйственной деятельности предприятия. Желательно, чтобы анализ налоговой нагрузки рассматривался в изменении абсолютных и относительных показателей;

2. расширение оценки налоговой нагрузки с помощью использования коэффициента налоговой эффективности поможет хотя бы косвенно оценивать понесенные затраты при предоставлении платежной отсрочки покупателям и наладить кредитную политику на предприятии;

3. достаточно трудоемок расчет и анализ сравнения динамики коэффициентов налоговой нагрузки в отношении отдельных видов налогов. Поэтому предлагается осуществлять такие расчеты только отношении наиболее «затратных» налогов, таких как:

- НДС;
- налог на прибыль организации
- другие налоги, в зависимости от деятельности предприятия (акцизы, налог на добычу полезных ископаемых и другие).

Таким образом, были рассмотрены основные моменты при рассмотрении налоговой нагрузки, выделены основные коэффициенты, применяемые при оценке налоговой нагрузки.

Литература:

1. Басалаева, Е. В. Расчет налоговой нагрузки // *Налоги*, № 2, 2016. — с. 15–25.
2. Вахрушина, М. А. Анализ финансовой отчетности. М.: Вузовский учебник, 2012. — 367 с.
3. Концепция системы планирования выездных налоговых проверок, утвержденных Приказом ФНС России от 30.05.2007 № ММ-3-06/333. — 50 с.
4. Лисовская, И. А. Стратегическое управление финансами предприятия // *Российское предпринимательство*, № 9, 2011. — с. 23–37.
5. Постановление Правительства РФ от 23.06.2006 № 391. —
6. Федосимов, Б. А. Оценка налоговой нагрузки предприятий // *Налоги*, № 1, 2010. — с. 24–35.
7. Плахов, А. В. Системный анализ механизма налогового регулирования отраслей экономики // *Регион: системы, экономика, управление*. 2011. № 3 (14). с. 23–27.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 26 (130) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Абдрасилов Т. К.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Калдыбай К. К.
Кенесов А. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Курпаяниди К. И.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Паридинова Б. Ж.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.

Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Курпаяниди К. И. (Узбекистан)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.

Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 14.12.2016. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25